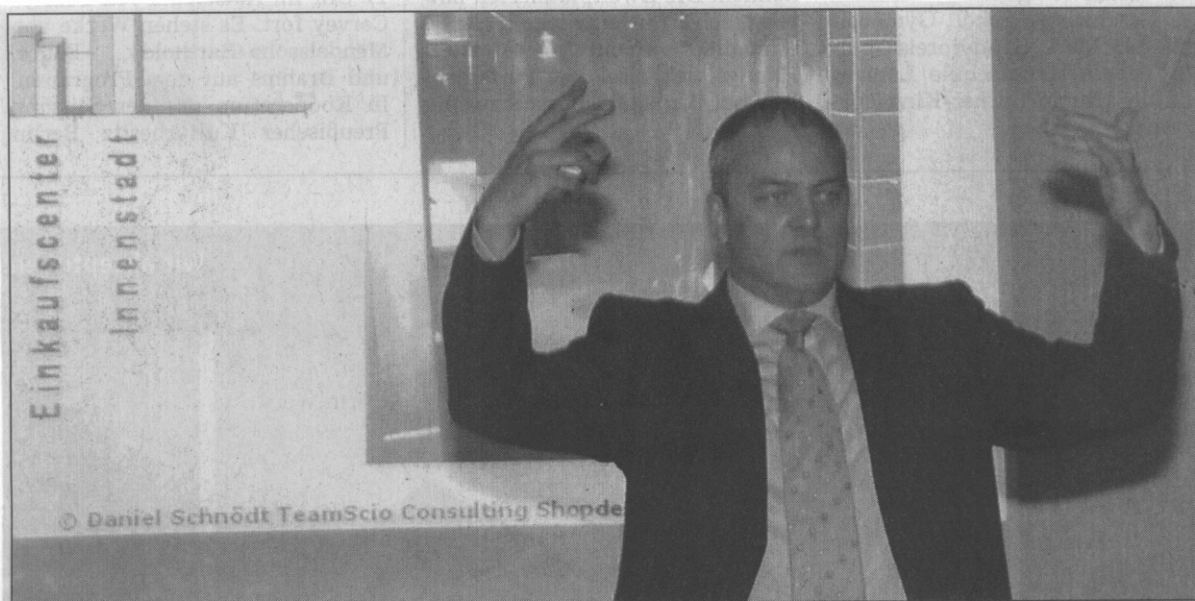


Presse

Westfalen-Blatt
 Steinheim-Extra

Neue-Westfälische
 Mitteilungsblatt

Datum: 19. Juni 2008
 Steinheimer-Blickpunkt



Damit es weiter aufwärts geht, stellte Daniel Schnödt (Foto) vor der Steinheimer Werbegemeinschaft Konzeptionen zum Innenstadtmarketing an. Der Werbeexperte ermuntert zu gemeinsamen Strategien. Foto: nf

Wirtschaft mit neuen Impulsen Auftrieb geben

Schnödt referiert vor Werbegemeinschaft über Chancen

Steinheim (nf). Die Geschäfte der Innenstädte kämpfen vielerorts um ihr Überleben. Eine rückgehende Nachfrage, Geiz-ist-geil-Mentalität, allgemeine Konsumzurückhaltung, aber auch Zukunftsängste und fehlende Trends machen vor dem Kaufverhalten im Einzelhandel nicht Halt.

Daniel Schnödt vom »TeamScio Consulting Shopdesign Coaching aus Eichholz verbreitete der Steinheimer Werbegemeinschaft in einem engagierten Vortrag zum »Innenstadtmarketing« dennoch Optimismus. Drei Strategien seien unter Marketinggesichtspunkten Erfolg versprechend: die Preisstrategie, die Nischenstrategie und die Innovationsstrategie.

Schnödt verglich das Auftreten der Geschäfte mit einer Perlenkette: einzelne Perlen seien jede in ihrer Art einzigartig, gemeinsam werde das Spektakel erst vollkommen, wenn die besondere Pflege

hinzukomme. Der mehrfach ausgezeichnete Werbefachmann ermunterte die Betreiber, die Kunden mit Informationen zu füttern und ihnen eine Art Navigation an die Hand zu geben. Die Frage »Wer hat was wo?« sei in diesem Zusammenhang genauso zentral wie eine moderne, anspruchsvolle Gestaltung und die gute Atmosphäre. Schnödt wies auf Untersuchungen hin, die durch Umgestaltung der Ladenräumlichkeiten zu Umsatzzuwächsen bis 15 Prozent führten.

Im Blick müssten auch andere Zahlen stehen: 70 Prozent des Umsatzes werde mit 30 Prozent der Kunden erzielt. Die 70-prozentige Laufkundschaft gelte es nicht nur zu finden, sondern an sich zu binden, sprich zu »heiraten«, indem man ihre Wünsche erfülle. Der Kunde in Deutschland suche zum einen Qualität, sei aber auch preisorientiert und er kaufe oft spontan ein. Ein Aspekt des Ladenbaus sei, Bewegung in die

Sache zu bringen. Atmosphärisch und optisch müsse auf Elemente wie Licht, Farbe und Musik viel Wert gelegt werden.

In der Diskussion sprach Ralf Schwager vom gleichnamigen Kaufhaus die Frage von Kernöffnungszeiten in Steinheim an, die ohne Ergebnis seit langem gefordert werden. »Der Kunde muss wissen, wann alle Geschäfte in der

Öffnungszeiten variieren stark

Stadt geöffnet sind.« Ein anderes Problem sei die sinkende Zahl der Inhaber geführten Ge-

schäfte, die unter 20 Prozent liege. Steinheims Stadtmarketingchef Ralf Kleine forderte eine Bündelung und Straffung der Interessen. Man brauche aber nicht ständig neue Konzepte, es muss wirklich etwas passieren. Einen Beitrag will dazu das Jugendparlament leisten, das fast 1000 Jugendliche zu ihrer Meinung zur Einkaufssituation in Steinheim befragt hat. Am 25. Juni um 19 Uhr will man die Ergebnisse gemeinsam mit der Werbegemeinschaft vorgestellt.