

Chancen für Einzelhändler

Wirtschaftsförderer boten Workshops und Vorträge an

Von Andreas Rentel

REKEN. Beim Tag des Einzelhandels informierten sich am Dienstag rund 75 Teilnehmer im Rekener Vereins- und Bildungszentrum, um in einem schärfer werdenden Wettbewerb vor Ort als Unternehmen besser bestehen zu können. „Wir sind positiv überrascht“, meinte Moderatorin Gaby Wenning von der Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Kreises Borken (WFG) über die Resonanz auf das Angebot.

Die fünf Workshops und die beiden Impulsvorträge waren gut besucht, der gewünschte Austausch unter den teilnehmenden Einzelhändlern in den dazwischen eingelegten Pausen funktionierte. Die Arbeitsgruppe aus den Wirtschaftsförderern der Kommunen Heiden, Rhede, Reken, Gescher und Velen sowie dem Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland und der WFG hatten das Frühstück mit seinen Informationsangeboten organisiert.

„Funktioniert das morgens?“ Diese Frage hätten sich die Einladenden vorab schon gestellt, so Ulrike Wegener (WFG). „Gehen die Leute aus den Geschäften heraus?“ Denn der „Tag des Einzelhandels“ fiel in die regulären Geschäftszeiten. Diese Sorge erwies sich mit Blick auf das Interesse als unbegründet.

Nach der Auftaktveranstaltung vor zwei Jahren war das Angebot in dieser Form etwas Neues, so Wegener. „Wir freuen uns, dass es gut angenommen wurde.“ Ansonsten hätten die Workshops nach Ladenschluss bis in den späten Abend gedauert, schilderte sie die verworfene Alternative.

Die Probleme des Einzel-



Die Wirtschaftsförderer, die Referenten Oliver Schumacher (rechts) und Robert Berkemeyer (2.v.r.) sowie die Vertreterin des Einzelhandelsverbands im Eingangsbereich zum Rekener Vereins- und Bildungszentrum.

Foto: Rentel

handels auf dem Land sind fast überall dieselben. Wegener nannte es den „großen Trend zur Filialisierung“, der die inhabergeführten Geschäfte vor Herausforderungen stelle.

Folgendes bereitet dem Einzelhandel Kopfzerbrechen:

- Der Kauf über das Internet. Im Jahr 2030 sollen es nach Prognosen rund 35 Prozent sein.

- Die Fahrt in die großen Einkaufszentren, Beispiel: Centro in Oberhausen.

- Die wachsende Zahl der Outlet-Center in der Region benannten die Geschäftsleute als harte Konkurrenz.

Was kann der Einzelhändler vor Ort dagegen setzen?

„Menschen kaufen von Menschen“, fasste Wegener eine Kernaussage von Oliver Schumacher zusammen, der in seinem Vortrag die Frage beantworten wollte „Kunden kaufen immer – Die Frage ist nur: Von wem?“

Schumachers Credo: „In den kleinen Kommunen kennt man sich.“ Diesen Vorteil gelte es für die Anbieter zu nutzen. Das Tagesprogramm am Dienstag, bei dem unter anderen Rechtsanwälte und Werbefachleute wichtige Tipps gaben, sollte in kompakter Form Hinweise geben und zudem die Chance, sich auszutauschen.

Wie geht es weiter? Die

Organisatoren wollen in Kürze ein Resümee ziehen, so Wegener, und über eine Fortsetzung des Informationsangebotes nachdenken. Ihr „Herzenswunsch“ sei es, das Thema Existenzgründungen im Einzelhandel gezielt zu beleuchten. Nach dem breiten Spektrum dieses Vormittags sei es denkbar, einen der Bereiche zu vertiefen. Die Sponsoren wollten diesen Weg mitgehen, meinte Stefan Nienhaus von der Gemeinde Reken – zumal sich der Vormittag als Veranstaltungszeit bewährt habe. Wie man es im Geschäft nicht machen sollte, schilderte Robert Berkemeyer deutlich in seinem Ab-

schlussvortrag zum Thema „Unternehmensbegeisterung“. Er habe in zwei Autohäusern nach einem bestimmten Modell gefragt. Beide Verkäufer hätten sowohl beim Fahrzeug als auch beim Prospektwunsch gepasst. Und: „Die Gespräche waren identisch.“ Begeisterung habe er dabei aber nicht bemerkt.

Die Organisatoren hoffen, so Wegener, dass die Teilnehmer die Impulse und Informationen, die sie an dem Vormittag erhalten haben, im Geschäftsalltag nutzen und umsetzen können.

Weitere Informationen gibt es auf der Internetseite www.wfg-borken.de.