

25. April 2018

Günter Althaus zur Protestaktion in Frankfurt**Stationärer Einzelhandel muss gesichert werden**

- **Geschäfte sollten Stärken ausspielen und mit Digitalisierung und Multi-Channel Käuferlebnis erhöhen**
- **Verbesserung der Standortqualität auch Gemeinschaftsaufgabe**

Mainhausen, im April 2018 – Die vor Kurzem veranstaltete Protestaktion der Interessengemeinschaft Untere Berger Straße im Frankfurter Nordend weist auf ein Problem hin: den Rückgang der Besucher- und Umsatzzahlen. Die Schaufenster von rund 30 Läden der beliebten Berger Straße wurden dazu mit Packpapier verhüllt, als stünden die Läden leer. Hintergrund ist, dass einzelne Läden sich von der Schließung bedroht sehen. „Für die Sicherung des stationären Einzelhandels können Einzelhandel und Städte aber sehr viel tun“, so Günter Althaus, Präsident des Mittelstandsverbands – Zentralverband Gewerblicher Verbundgruppen (ZGV), Vorstandsvorsitzender der ANWR GROUP und Präsident des Deutschen Genossenschafts- und Raiffeisenverbands e.V. (DGRV). „Zum einen sollten Geschäfte ihr Alleinstellungsmerkmal ausspielen und ihre Attraktivität durch digitale Vernetzungsangebote erhöhen. Und zum anderen gehören dazu aber auch das Sichern der Standortqualität durch Politik und Wirtschaftsförderung.“

Mehr als jeder zweite Deutsche kauft mittlerweile online: schnelle Verfügbarkeit, nicht in die Innenstadt fahren zu müssen und die Produkte bequem vor die Haustür geliefert zu bekommen, sind nur einige Vorteile. Dies bekommt der stationäre Einzelhandel zu spüren, wenn – wie in der beliebten Einkaufsstraße „Berger Straße“ in Frankfurt – die Besucherzahlen und damit die Umsätze zurückgehen. „Etwas für die Standortsicherung tun können die Einzelhändler selbst, indem sie ihre Vorteile nutzen, die der Onlinehandel nicht bietet: Käuferlebnisse schaffen wie auch persönliche Beratung und Produkte zum Fühlen, Riechen, Schmecken anbieten“, so Althaus.

Digitale Vernetzung stärkt Standortvorteil

Wer dann noch die Vernetzung mit Onlineangeboten schafft, habe deutliche bessere Karten, so Althaus weiter. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die es Geschäften einfach ermöglichen, ein „digitales Schaufenster“ zu eröffnen – über Social-Media-Kanäle oder auch Onlineportale, wie beispielsweise Schuhe.de und Atalanda.de. „Diese Portale ermöglichen das online Suchen von Produkten mit dem Überprüfen der Verfügbarkeit in lokalen Geschäften.“

Kontakt:

Unternehmenskommunikation der ANWR GROUP

Jenny Bleilefens, +49 6182 928-3115 – E-Mail: jenny.bleilefens@anwr-group.comANWR GROUP eG, Nord-West-Ring-Straße 11, D-63533 Mainhausen, www.anwr-group.com

Presseinformation

Sprich, ich kann als Käufer schauen, ob und wo mein Produkt in der Umgebung verfügbar ist, und in das Geschäft gehen. Dabei weiß ich, dass sich der Weg dorthin lohnt“, erklärt Althaus. Einzelhändler profitieren von vorhandenen Strukturen und einer einfachen Integration ihrer Produkte auf der Website. Das adressiert die Bedürfnisse der Generation Google und kombiniert schnelle Verfügbarkeit mit den Stärken des Einzelhandels. „Einzelhändler können so auch online Anreize schaffen, dass potenzielle Käufer in die Geschäfte kommen. Sich individuell beraten zu lassen und das Kaufen als Erlebnis zu haben, sind unschlagbare Vorteile.“

Kunden wollen zudem individuell angesprochen werden. „Über seine Stammkunden wusste der erfolgreiche Einzelhändler früher alles – Kundenkarten ermöglichen heute diesen Wissensvorsprung“, weiß Althaus. Wer Informationen über Vorlieben und Wünsche habe, könne die Käufer individuell beraten, Empfehlungen geben und so mit dem E-Commerce mithalten. Dabei spiele die gesamte Customer-Journey eine Rolle – also Informationen dazu, wo der Kunde Bewertungen liest, sich beraten lässt und dann tatsächlich kauft. Und das funktioniere digital einfacher, schneller und nachhaltiger, so Althaus weiter.

Standortqualität sichern auch eine Gemeinschaftsaufgabe

Wie viele Menschen einen Bummel durch die Einkaufsstraßen und über die (Markt-)Plätze machen, hinge von der Attraktivität dieser Erlebnisorte ab. Denn auch horrende Parkgebühren und schlechte Orientierungsmöglichkeiten schrecken Kunden ab. „Innenstädte sind immer auch Spiegel der Wirtschaftsförderung einer Stadt“, so Althaus. Wird eine gestaltende, zukunftsweisende Wirtschaftsförderung betrieben und ein attraktiver Mix beispielsweise aus Einzelhandel und Gastronomie geschaffen, blühen und gedeihen Innenstädte. „Innenstädte sind Erlebnisflächen, den Erlebnisflächen der digitalen Marktplätze haushoch überlegen: Riechen, Schmecken, Fühlen – nichts davon ist im Internet möglich.“

Aber auch Gelegenheiten zu schaffen, sei wichtig. So wird in Frankfurt beispielsweise die Chance von verkaufsoffenen Sonntagen ungenutzt gelassen – 2018 finden keine statt. „Sie besitzen für den Verbraucher aber Eventcharakter und bescheren dem Einzelhandel zugleich gute Besucherzahlen. Auch wenn die Umsätze nicht immer die stärksten sind, bindet das Erlebnis die Verbraucher an die Läden“, so Althaus. Darüber hinaus treffe es die Bedürfnisse von Berufstätigen, denen werktags die Zeit für einen Stadtbummel fehlt. „Hier könnte die Frankfurter Politik dem stationären Einzelhandel den Rücken stärken – in Zukunft wäre das wünschenswert“, so Althaus abschließend.

Kontakt:

Unternehmenskommunikation der ANWR GROUP

Jenny Bleilefens, +49 6182 928-3115 – E-Mail: jenny.bleilefens@anwr-group.com

ANWR GROUP eG, Nord-West-Ring-Straße 11, D-63533 Mainhausen, www.anwr-group.com

Presseinformation

Über die ANWR GROUP

Die ANWR GROUP eG mit Zentrale in Mainhausen (Hessen) gehört zu den erfolgreichsten und umsatzstärksten Handelskooperationen in Europa. Die genossenschaftlich organisierte Unternehmensgruppe optimiert Prozesse und stellt Handels- und Kommunikationsplattformen für den selbstständigen Einzelhandel zur Verfügung. Der ANWR GROUP sind mehr als 5.500 Handelsunternehmen angeschlossen. Die Gruppe beschäftigt selbst rund 1.400 Mitarbeiter.

www.anwr-group.com

Kontakt:

Unternehmenskommunikation der ANWR GROUP

Jenny Bleilefens, +49 6182 928-3115 – E-Mail: jenny.bleilefens@anwr-group.com

ANWR GROUP eG, Nord-West-Ring-Straße 11, D-63533 Mainhausen, www.anwr-group.com