Erfolgreiche Läden um die Ecke

Der Tante-Emma-Laden leidet: Die Großen bestechen durch Rabatte, längere Öffnungszeiten und zentrale Lage bei hoher Miete. Sie bieten alles auf einmal, von der Socke bis zum Wäschetrockner. Sie kaufen in großen Mengen und deshalb billig ein, haben Finanzkraft im Hintergrund und können harte Zeiten besser überstehen. Keine Chance also für den kleinen Einzelhändler abseits der großen Einkaufszentren?

Alexia Angelopoulou, haasenpaul journalistenbüro.

Von Alexia Angelopoulou

■ Genau wie damals, als der Videorekorder auf den Markt kam und dem Kino das langsame Sterben vorausgesagt wurde, ist es heutzutage schick, den Laden um die Ecke totzureden. Doch Totgesagte leben bekanntlich länger, und erstaunlich viele Einzelhändler schlagen sich ausgezeichnet im schwierigen Umfeld, ohne zu murren oder zu verzagen. Stattdessen setzen sie auf bestimmte Überlebensstrategien, die auch langfristig Erfolg versprechen.

Viel Arbeit und reichlich Idealismus

Neben Faktoren wie harter Arbeit und einer guten Portion Idealismus und Mut gehören Schlagwörter zum Repertoire der erfolgreichen Kleinen, auf die entweder ganz und gar oder im Mix gesetzt wird: Nischen finden, hervorragenden und vor allem persönlichen Service bieten, sich auf einen Bereich spezialisieren. „Es gibt viele Möglichkeiten, aber keine Patentrezepte", sagt Walter Kübler, bei der IHK Region Stuttgart Geschäftsführer der Abteilung Handel

Foto: dpa

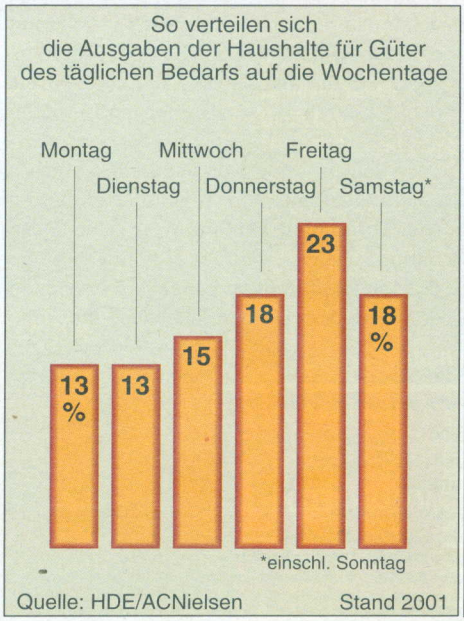
Einkaufen in einem ungewöhnlichen Ambiente: Die Innenarchitektur bezaubert den Kunden, die Auslagen verführen zum Kauf.

Foto: Sven Maier

In entspannter Atmosphäre beraten werden: Das Ladengeschäft der „Schwäbischen Traumfabrik" Maiers Bettenwarenfabrik OHG in Bad Boll bietet einen besonderen Erlebniskauf.

und Dienstleistung. Klar ist jedoch, dass etwa die Boutique um die Ecke etwas Besonderes in Sachen Qualität und Atmosphäre bieten muss, um gegenüber den großen Modehäusern zu bestehen.

Zweimal im Jahr eine Modenschau

So sieht es auch Barbara Beck. Ihre Boutique *Barbara Mode* in Nürtingen befindet sich in einem wahren Bermudadreieck, was die Konkurrenz angeht. Potenzielle Kunden haben die Wahl zwischen Stuttgart, Kirchheim und Reutlingen, erschwerend kommt Metzingen hinzu, wo seit Jahren die Schnäppchenjäger hinpilgern. Trotzdem konnte die Inhaberin zu Beginn des Jahres Neukunden verzeichnen. Rundum muss alles stimmen, nicht nur der Preis, findet sie: „Meine Kunden und Lieferanten können sich auf Kompetenz, Zuverlässigkeit und verantwortungsvolles Handeln verlassen." Um die Kundinnen bei der Kleiderstange zu halten, organisiert sie zudem zweimal im Jahr eine Modenschau, auch sonst engagiert sie sich in Nürtingen und ist stets präsent. Ehrlichkeit aber steht an erster Stelle. „Ich würde der Kundin nie etwas verkaufen, das nicht passt. Ich kann es zwar niemandem ausreden, aber ich würde nie sagen: Das steht Ihnen aber gut!, wenn es mir nicht gefällt." Weil

Die Einkaufstage der Verbraucher