



Der Computer Store Hilden am Axlerhof bietet einen Abholservice an der Ladentür an. Sven Bartosch übergibt einem Kunden die Ware. FOTO: KÖHLEN

Händler bieten „Click and Collect“

Der harte Lockdown trifft viele stationäre Einzelhändler im Weihnachtsgeschäft. Einige von ihnen haben sich etwas einfallen lassen: Online bestellen und dann im Geschäft abholen

Von Sven Festag

Hilden. Seit Mittwoch befindet sich Deutschland im zweiten, harten Lockdown. Die Wirtschaft wurde auf ein Minimum heruntergefahren. Viele Läden, die vom Weihnachtsgeschäft profitieren, mussten schließen. Das Stadtmarketing Hilden bietet daher online eine Übersicht an, welche Geschäfte einen Liefer- und Abholservice anbieten. Die Händler können ihr Unternehmen und die Kontaktdaten dort eintragen lassen. Auch Informationen zum Angebot und zur Abwicklung sind dort verfügbar.

Bereits in die Liste aufgenommen wurde das Taschengeschäft von Gudrun Falco („Bag in Time“) in der Schulstraße 7, das sie 2016 eröffnete. Schon zwei Jahre zuvor startete sie aus ihrem Warenlager einen Onlineshop und bespielt jetzt beide Vertriebswege parallel. Auch während des Lockdowns arbeitet sie in ihrem Ladenlokal. „Ich habe noch nicht alle Produkte ins Internet gestellt“, sagt sie. „Mir fehlen noch Fotos von den Artikeln“. Das holt sie nun nach.

Nebenbei bietet sie auch einen kontaktlosen Abholservice für ihre

Taschen an. Die Einrichtung einer zentralen Übersicht findet sie daher gut. „Wenn ich dann neben dem Onlinegeschäft noch ein paar Taschen verkaufen könnte, wäre ich sehr zufrieden“, sagt sie. Auch zuvor seien schon Kunden über ihre Internetpräsenz auf sie aufmerksam geworden und wollten sich die Ware vor Ort anschauen.

Die Alternative nutzen

Computerhändler Sven Bartosch (Computer Store Hilden) berät im Lockdown per Telefon und E-Mail. Seine Kunden können so direkt bei ihm bestellen oder alternativ den Onlineshop nutzen. Die Bezahlung erfolgt im Internet oder kontaktlos an der Abholstation, die er am Eingang seines Ladenlokals Axlerhof 13 aufgebaut hat. Seine Erwartungen an die Liste des Stadtmarketings sind aber zurückhaltend. „Für viele Menschen ist das nicht die erste Anlaufstelle für solche Informationen“, sagt er. „Ich hoffe aber, dass sie trotzdem von diesen Möglichkeiten erfahren. Ob die Übersicht dabei hilft, erfahren wir erst hinterher“.

Die steigenden Infektionszahlen im Herbst wirkten sich auch auf das

Kaufverhalten aus. „Im Sommer waren die Umsätze durch das Ladengeschäft höher als online“, berichtet Falco. „Ab Oktober verdiente ich im Internet mehr“. Insgesamt sei ihr Gewinn in etwa gleich geblieben. Der erwartete Anstieg blieb allerdings aus. Dass der Lockdown nun ausgerechnet das Weihnachtsgeschäft trifft, ist für die Händler besonders ärgerlich.

„Der Dezember macht zwischen 35 und 40 Prozent meines Jahresumsatzes aus“, erklärt Bartosch. „Das muss dann auch die Kosten in den übrigen Monaten decken und fehlt nun“. Sein Kerngeschäft ist die Beratung und der Verkauf vor Ort. Der Onlinehandel laufe nur nebenbei. „Die Gewinnmargen sind hier viel geringer“, sagt er. „Die Umsätze müssten dort also viel höher sein, um die Ausfälle zu kompensieren“. Die Einnahmen aus den unterschiedlichen Vertriebswegen ließen sich daher nicht miteinander vergleichen. „Im Geschäft vor Ort wissen die Kunden, dass im Preis auch die Kosten für Beratung und Miete stecken. Das funktioniert im Internet nicht“.

Eine langfristige Lösung sieht Falco im Abholservice nicht. „Im La-

denlokal muss die Ware immer verfügbar und gut präsentiert sein“, sagt sie. Das lohne sich aber nur, wenn es auch Kundenverkehr gibt. „Ansonsten reicht auch ein Lager, für das ich keine hohe Miete zahlen muss“. Sollte es auch 2021 zu weiteren Lockdown-Maßnahmen kommen, befürchtet sie Schließungen von Läden. Sie hofft aber, dass es nicht so weit kommt. „Für die Qualität der Innenstadt wäre das schade.“

Lokal einkaufen

■ Die 340 Einzelhändler machen knapp 60 Prozent (rund 273 Millionen Euro) ihres Umsatzes mit einheimischen Kunden und etwa 40 Prozent (182 Millionen Euro) mit Kunden von auswärts. Stammkunden: Die Hildener Bürger kaufen alle Sortimente zu 70 Prozent in ihrer Heimatstadt ein. Das ist ein ungewöhnlich hoher Anteil. Aber: 80 Prozent der Kunden der Innenstadt kaufen auch online ein. Das sind ebenfalls ungewöhnlich viele Kunden.