

# Note „befriedigend“ für City-Handel

## Akzeptanz auch in der Region – City Skipper informiert Händler

Mitte (guh). Die Präsentation vieler Geschäfte in der Innenstadt ist verbesserungswürdig. Auch das Ansehen der City in der Stadt und der Region. Das ergaben zwei Untersuchungen, die im Weihnachtsgeschäft 2003 gemacht worden sind. Der Handel erhielt die Note „befriedigend“.

Auftraggeber war die Interessengemeinschaft City Skipper, die die Ergebnisse den Geschäftsleuten vorstellte. Diskutiert wurden auch Möglichkeiten, das Image zu verbessern. „Nur wenn viele mitziehen, können wir Erfolg haben“, mahnte der City-Skipper-Vorsitzende Horst Winkel.

Die Firma Ocean Media aus Bremerhaven hatte vor Weihnachten 145 Kunden aus Bremerhaven, Bad Bederkesa und Cuxhaven befragt, wie sie ihre Einkaufsmöglichkeiten beurteilen. Insgesamt, so Ocean-Media-Mitgesellschafter Jürgen Albrecht, erhielt Bremerhaven den größten Zuspruch (38 Prozent) vor Cuxhaven (30).

Bei der Kundentreue war die Rangfolge umgekehrt. Bei den Bremerhavener Befragten gaben 64 Prozent sogar an, bevorzugt außerhalb zu kaufen. 28 Prozent nannten Bad Bederkesa als favorisiertes Einkaufsziel, 22 Prozent Cuxhaven, 14 Prozent Bremen.

Ebenfalls in der Vorweihnachtszeit hatte die Augsburger Unter-

Anzeige

EXKLUSIV BEI:

M Ö B E L

GERLING

hülsta  
Die Möbelmarke

ING

Schillerstr. 50-56 • Cuxhaven

nehmensberatung Teamsco 50 Geschäfte in der Innenstadt unter die Lupe genommen. Ihr Chef Daniel Schnödt bewertete den Gesamteindruck der City: „Es mangelt an Licht.“ Um 18.30 Uhr seien viele Geschäfte bereits geschlossen und dunkel, schildert er seine Eindrücke: „Das wirkt sich auf Attraktivität und Atmosphäre aus.“

Mängel erkannte er in vielen Geschäften. Besonders an den Auslagen gab es einiges zu beanstanden: „Das lässt sich häufig mit

Fantasie und geringen Mitteln beheben“, warb Schnödt. Bei Marita Rumohr-Heyer, Inhaberin des Kindermodengeschäfts Koala in der „Bürger“, fand er offene Ohren für eine Idee, das Geschäft mit geringen Mitteln aufzupeppen. An einem Tag wurde alles ausgeräumt, neu sortiert und neu geordnet: „Da fiel einiges weg, was als Ladenhüter ein Schattendasein fristete.“ Ob sich die Aktion auf den Umsatz auswirke, vermochte die Geschäftsfrau angesichts der allgemeinen Kaufzurückhaltung noch nicht einzuschätzen.

Die Aufräum-Idee, so Michael Gerber, Bereichsleiter bei der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS, sei vom City Skipper aufgegriffen worden und werde interessierten Geschäften samt fachlicher Beratung angeboten. City Skipper wirbt auch für eine Gemeinschaftsidee, die in anderen Städten Erfolg habe: Geschenkgutscheine, die in möglichst vielen Geschäften eingelöst werden können.

Doch die Zuhörer waren skeptisch. Sie kritisierten stattdessen die Parkgebühren, die den Besuch der Innenstadt unattraktiv machen würden. Dagegen hielt Albrecht, dass das Thema Parkgebühren bei den Kunden nachrangig gesehen werde – an sechster Stelle. Davor rangierten Preis/Leistung, Vielfalt, Erreichbarkeit, Freundlichkeit – und die Ladenöffnungszeiten.



Geschäft komplett ausgeräumt und mit fachlicher Unterstützung neu sortiert: Marita Rumohr-Heyer, Inhaberin von Koala Kindermoden.

Foto: ls