

## Auftakt am 3. Mai

- Kundenbegeisterung mit Herz, **Service von Mensch zu Mensch** und Einkaufserlebnis mit allen Sinnen: Das sind Vorteile regionaler Unternehmen gegenüber Internet-Anbietern. Lokale Händler sorgen für Innenstadt-Belebung, sind Arbeitgeber vor Ort und treten als Sponsoren für Vereine, Schulveranstaltungen oder soziale Projekte auf. Dennoch kaufen immer mehr Menschen online ein.
- Die KREISZEITUNG nimmt sich dieses Themas in einer Serie an. In mehreren Folgen wird Fragen nachgegangen, wie: Welche Folgen hat es, wenn sich Geschäfte der Konkurrenz aus dem Netz beugen müssen? Wie gehen sie mit der wachsenden Konkurrenz aus dem Internet um? Welche Chancen bietet das Internet für den lokalen Handel?
- Dazu bietet die KRZ lokalen Unternehmen im Rahmen der crossmedialen Kampagne „Kaufed em Flegga“ die Chance, sich zu präsentieren, auf ihre Vorzüge hinzuweisen und mit attraktiven Angeboten auf sich aufmerksam zu machen.
- Die Auftaktveranstaltung der Initiative „Kaufed em Flegga“ im Landkreis Böblingen findet am **Dienstag, 3. Mai**, um 19 Uhr im Forum der Kreissparkasse Böblingen in der Bahnhofstraße 8 statt.
- An diesem Abend widmet sich Referent Norbert Beck von der Unternehmensberatung Metatrain dem Thema „Artig oder Einzigartig“. Besucher erwartet ein Abend rund um die Themen lokales E-Commerce, Service und Chancen für den lokalen Handel. Alle Firmen und Branchen in der Region können teilnehmen. Die Teilnahme ist kostenlos. Unter [www.krzbb.de/kaufedemflegga](http://www.krzbb.de/kaufedemflegga) bittet die KRZ um Anmeldung. Rückfragen nimmt Kornelije Casni, Telefon (0 70 31) 62 00 63, gerne entgegen.



Aktionen wie die lange Einkaufsnacht sorgen auf der Stuttgarter Königstraße punktuell für hohe Frequenz – insgesamt kämpfen die Händler aber auch dort mit rückläufigen Besucherzahlen Foto: dpa

# Beim Einkauf kommt es aufs Gefühl an

**Kaufed em Flegga:** Eine Podiumsdiskussion der IHK in Stuttgart macht deutlich: Die Chancen des Handels liegen in der Emotion

Nicht nur den Kreis Böblingen, sondern die ganze Region Stuttgart treibt das Thema Einzelhandel um. Daher hatte die IHK Stuttgart zu einem Abend mit dem Motto „Die Zukunft des Handels in der Region Stuttgart“ geladen. Er lieferte interessante Einblicke – auch und vor allem für den Landkreis Böblingen.

VON JAN-PHILIPP SCHLECHT

**STUTTGART/BÖBLINGEN.** Das knackigste Zitat des Abends kam von einem Urgestein des Böblinger Einzelhandels. Leder-Maurer-Inhaber Ralf Maurer war Montag aufs IHK-Podium in Stuttgart geladen und sagte vor dem gut gefüllten Saal: „Bevor ich einen Online-Shop aufbaue, eröffne ich lieber drei neue Filialen“. Zu teuer sei der Invest in die Digitaltechnik, zu gering letztlich die Zugewinne. Er verfolge die Entwicklungen hier aber mit Interesse, sagt er. Und wer seine Internetseite besucht, sieht, dass ihm das



Auch Ralf Maurer von Leder Maurer aus Böblingen (2.v.l.) war bei der IHK-Diskussion neben Stuttgarts Oberbürgermeister Fritz Kuhn (3.v.r.) vertreten. Ganz links: Breuninger-Chef Willy Oergel. Foto: Schlecht

Thema nicht egal ist. Doch vorerst konzentriert sich Maurer lieber darauf, „seine Standorte gut zu führen“ und dort möglichst vieles richtig zu machen. Wie für die meisten Ladenbesitzer dieser Tage stellt ihn das vor immer größere Herausforderungen. Wie diese zu meistern sind, das wollte IHK-Hauptgeschäftsführer Andreas Richter am Montag von seinen Gästen erfahren.

Neben Maurer gehörten zu der illustren Runde auch Breuninger-Geschäftsführer Willy Oergel, der Stuttgarter Oberbürgermeister Fritz Kuhn, der Kernener Bürgermeister Stefan Altenberger sowie der Intendant des Stuttgarter Staatstheaters, Marc-Oliver Hendriks und der Architekt und Stadtplaner Franz Pesch. Sie alle kamen mit ganz unterschiedlichen Interessen, Sachzwängen und Konzepten in die IHK-Geschäftsstelle in der Jägerstraße 30.

Den Auftakt machte der Stuttgarter OB Fritz Kuhn (Grüne) mit einem Impulsvortrag. Dessen Quintessenz: Kuhn will keinen weiteren Zuwachs an Einkaufsflächen in Stuttgart. Auch nicht auf den Arealen, die bald durch Stuttgart 21 frei werden. Händler und Bürgermeister im Stuttgarter Speckgürtel werden es gerne hören: „In Stuttgart sind in den vergangenen 16 Jahren insgesamt 143 000 Quadratmeter an neuen Einkaufsflächen entstanden“, sagt Kuhn. Denen wolle er keine weiteren mehr hinzufügen, stattdessen auf den bestehenden Einzelhandelsflächen lieber qualitativ statt quantitativ wachsen.

Qualitatives Wachstum ist auch Ralf Maurers erklärtes Ziel. Dieses löst er in seinen drei Filialen auf ganz unterschiedliche Weise. Der jüngste Standort in den Mercaden eröffne ihm noch mal eine ganz neue Zielgruppe, sagt Maurer. Im Breuningerland gehe es eher darum, die bestehenden Kundenströme gezielt in das Geschäft zu lotsen. Und im Stammhaus in der Sindelfinger Straße 10 in Böblingen habe er zwar mit Abstand am meisten Platz, befinde sich aber „lediglich in einer 2-B-Lage“, wie der Unternehmer sagt.

Er macht das beste draus und nutzt den Platz für piffige Ideen: Zweimal im Jahr veranstaltet Maurer sogenannte Ranzentage, bei denen sich alles um das (familienintern bisweilen sehr emotional diskutierte) Thema Schulranzen dreht. Die kleinen Kunden dürfen sich dort via Live-Kamera-Übertragung mit Ranzen im Fernseher bestaunen oder auf dem „Ranzenthron“ ein Foto schießen.

Auf die Frage von Moderator Andreas Richter, wie er denn das Engagement der Stadtverwaltung für den Handel bewerte, fand Ralf Maurer weniger freundliche Worte: „Wenn eine Kommune ein neues Krankenhaus baut, holt sie sich selbstverständlich einen Experten für die Planung in Haus. Beim Thema Innenstadtentwicklung hingegen schaut der Handel oft nur zu.“ Ralf Maurer wünscht sich ernsthafte Einbeziehung der Händlerschaft und keine „Workshops, bei denen am Ende nichts herauskommt.“

Mit OB Kuhn hatte Maurer einen prominenten Fürsprecher an seiner Seite. Der Grünen-Politiker machte noch einmal deutlich: „Wenn Du als Stadt etwas für deinen

Einzelhandel tun willst, musst Du Dich um die Aufenthaltsqualität kümmern.“ Die Menschen sollen – oder besser gesagt: müssen – gerne in ihre Stadt gehen, flanieren, verweilen, sagt Kuhn. Ansonsten bleibe der stationäre Handel auf der Strecke. Doch das allein reicht nicht, waren sich die Diskutanten einig. Sie alle betonten – wenn auch aus unterschiedlichen Blickwinkeln – die Wichtigkeit der Emotion beim Einkaufen.

So sagte beispielsweise Breuninger-Geschäftsführer Willy Oergel: „Der Handel lebt von der Emotion.“ Ralf Maurer blies ins gleiche Horn: „Das emotionale Käuferlebnis wird immer wichtiger.“ Auch der gut gelaunte und bisweilen launige Bürgermeister der 15 000-Einwohner-Gemeinde Kernen im Remstal, Stefan Altenberger, sagte: „Wir können nur gegen die Großen bestehen, wenn wir Emotion bieten.“

Einer der „Großen“ stand ja mit Willy Oergel mit am Tisch. Das emotionale Erlebnis schafft sein Unternehmen mit Aktionen wie diesen: Im März hat das Breuninger-



Stammhaus in Stuttgart gemeinsam mit der Modezeitschrift „Vogue“ einen Gala-Abend organisiert, der „17 Millionen positive Kontakte in den Medien“ gebracht habe, sagt Oergel. Eine Nummer kleiner fällt natürlich die Kinderbetreuung in den Breuninger-Standorten aus. Aber auch die habe in der Vorweihnachtszeit Hunderten von Kindern „Emotion pur“ beschert.

Fazit des Abends: Bei aller Emotionalität bleibt das Internet der wichtigste Schlüssel. Denn: Der Erstkontakt mit dem Kunden findet immer seltener an der Ladentüre statt. Sich vor einem Kauf im Netz schlau zu machen, ist beinahe schon Normalität.

## Hintergrund

### Wohin fließt die Kaufkraft?

Die sogenannte **Zentralitätskennziffer** beschreibt, wie gut es einer Stadt gelingt, Kaufkraft von außen zu binden. Ein Wert über 100 bedeutet, dass mehr Kaufkraft in einen Ort fließt, als umgekehrt. Fällt der Wert unter 100, verliert eine Stadt Kaufkraft an die umliegenden Orte. Für den **Landkreis Böblingen** zeigt sich ein insgesamt durchwachsendes Bild (Quelle: IHK):

- Sindelfingen: **165,0**
- Böblingen: **138,0**
- Leonberg: **103,2**
- Weil der Stadt: **90,2**
- Herrenberg: **87,8**
- Renningen: **65,6**
- Holzgerlingen: **64,4**
- Gärtingen: **60,4**