

H@ndeln vor Ort: Aktiv sein lohnt sich!

von Falk Hassenpflug, IHK

Große Verkaufsflächen, Preiskämpfe oder Wettbewerb durch den Onlinehandel: Der stationäre Einzelhandel steht unter Druck und muss sich immer wieder neu erfinden. 2015 rückt die IHK mit ihrem Schwerpunkt „H@ndeln vor Ort“ das Verhältnis zwischen „on- und offline“ in den Fokus. In diesem Monat stellen wir Ihnen die Lotter Straße in Osnabrück vor, die gegenüber vom Heger Tor, stadtauswärts, beginnt.

IHK, Osnabrück Marketing und Tourismus GmbH (OMT) und das Osnabrücker City-Marketing (OCM) veröffentlichen jährlich den „Handelsmonitor Osnabrück“. 2014 wurde darin besonderes Augenmerk auf die Entwicklung einzelner Einkaufslagen gelegt. Die Lotter Straße verfügt dabei als Geschäftsstraße außerhalb der City über eine bemerkenswert hohe Anzahl an kleinen, inhabergeführten Geschäften. Mehr als die Hälfte aller Ladeneinheiten wird durch den Einzelhandel belegt. Die Leerstandsquote ist vergleichsweise niedrig.

„Als gewachsenes Nahversorgungszentrum verfügen wir über viele Traditionsgeschäfte, sind aber auch interessant für neue Ladenkonzepte“, sagt Harald Niemann, der in dritter Generation ein Blumenhaus an der Lotter Straße betreibt. Was ihn an der Lage überzeugt, ist der Branchenmix, der vom Handel bis zur Gastronomie reicht.

Eine Ansicht, die auch Renate Herkenhoff vom „Malle Laden“ teilt: „Wir brauchen uns nicht zu verstecken. In den vergangenen Jahren haben wir uns immer dem Wandel der Zeit anpassen können. Ein Pfund ist unser Zusammenhalt“. Obwohl langfristige Baustellen und Straßenarbeiten den Betrieben am Fuße des Westerberges zugesetzt hätten, seien durch Aktionen wie die „Nacht in Blau“, ein Mitternachtsshoping, die Individualität als Einkaufsstraße in Erinnerung gebracht worden. Auch das jährliche „Lotterstraßenfest“ im September bringe werbewirksam die Besonderheit ins Bewusstsein und lockt an einem Wochenende rund 15000 Besucher in die West-

stadt. Seit Kurzem wird jeden 1. Samstag im Monat bis 18 Uhr geöffnet.

„Wir wissen um unsere Herausforderungen gegenüber anderen Geschäftsstraßen und dem Onlinehandel. Aber die meistern wir vor allem durch eine aktive Gemeinschaft“, sagt der Apotheker Lars Crusius, 1. Vorsitzender der Interessengemeinschaft der Lotter Straße e. V. (IG), in der über 70 Betriebe aus Handwerk, Handel oder Gastgewerbe organisiert sind. Einmal pro Monat trifft sich das Netzwerk, jeden zweiten Montag findet der Stammtisch statt. Laufende Kommunikation sei ein wichtiger Erfolgsbaustein, hebt Crusius hervor und: „Um neben Stammkunden auch neue Kunden anzusprechen, nutzen wir die Sozialen Medien“. Grundsätzlich habe der Wettbewerb des Handels mit Online-Angeboten anderer Marktteilnehmer spürbar angezogen. Die Reaktion darauf könne aber nicht nur ein eigener Online-shop sein: „Nicht für jeden Betrieb ist dieser leistbar und geeignet“, so der Tenor.

Um den „Charme“ der Handelslage zu erhalten, nehmen die Kaufleute vor Ort diese Faktoren ernst: „Qualität, Service und besondere Events sind für uns wichtig und müssen vor Ort gelebt werden“. Auch darüber hinaus sehen die Akteure Potenzial. „Eine gemeinsame Kampagne für das Einkaufen vor Ort kann den Menschen deutlich machen, wofür Geschäfte vor Ort



Lebendige Einkaufsmeile: Unser Foto entstand beim jährlichen Fest „Lotter Straße (er)leben!“.



Engagieren sich für die Lotter Straße als attraktivem Handelsstandort: (v.l.) Bernd Klute, Lars Crusius, Christina Passi, Peter Schwenderling, Harald Niemann und Renate Herkenhoff.

stehen“, lautet etwa eine Idee von Christina Passi, Inhaberin der Einhorn Apotheke e.K. Hierfür bedürfe es aber eines stärkeren Miteinanders von Verwaltung, Kaufmannschaft und Institutionen im gesamten Stadtgebiet. Im Ergebnis: Die Lotter Straße

sieht sich für die Zukunft gewappnet und sagt über sich selbst: „Aktiv sein lohnt sich!“ (ha) ■

www.lotterstrasse.de

Unser Schwerpunkt: „H@ndeln vor Ort“

Unsere IHK arbeitet 2015 dafür, die Wettbewerbsfähigkeit des Einzelhandels in Stadt und Landkreis Osnabrück, im Emsland und der Grafschaft Bentheim weiter zu stärken. In einer Artikelserie im *ihk-magazin* wollen wir in loser Folge innovative Handelskonzepte und Akteure vorstellen. Schwerpunkte bilden dabei Konzepte, die vor dem Hintergrund zunehmender Digitalisierung zur Zukunftsfähigkeit von Geschäftsstraßen beitragen. Auch erhebt und analysiert die IHK Daten wie z.B. Passantenfrequenzen und Handelskennziffern vor Ort (s. S. 44). Weitere Informationen: www.osnabrueck.ihk24.de/handel ■



Wir bringen Sie auf über

30.000 Schreibtische

von Unternehmern, Führungskräften und Entscheidern. Jeden Monat.



Beste Kontakte. Beste Geschäfte.

MediaService
OSNABRÜCK ■ WERBUNG & MEDIEN

Ihr persönlicher Mediaberater: Timm Reichl ☎ 0541 5056620, timm.reichl@mediaservice-osnabrueck.de