

Im Kleinen einkaufen, Großes bewirken

Kleine Geschäfte haben Herz und Charme, prägen das Stadtbild und laden zum Stöbern ein. Doch sie sind bedroht! Zeit, etwas zu unternehmen

Text: Carolin Ostrowski

Es ist eine traurige Prognose: Bis 2020 droht laut Handelsverband Deutschland (HDE) jedem zehnten Einzelhandelsgeschäft die Schließung. Der boomende Onlinehandel und immer mehr Handelsketten machen es kleinen inhabergeführten Geschäften schwer zu bestehen.

DOCH ES TUT SICH WAS. Immer mehr Initiativen setzen sich für den lokalen Einzelhandel ein – so wie tina seit 2017 mit der Aktion „Kleiner Laden, große Klasse!“. Um noch mehr Menschen zu erreichen, haben wir uns mit der Nachbarschaftsplattform nebenan.de zusammengetan. Gemeinsam wollen wir auf die kleinen Läden aufmerksam machen, ihnen eine Stimme geben. Denn wir

lieben, was sie ausmacht: die persönliche, professionelle Beratung und das besondere Einkaufserlebnis. Sie machen unsere Innenstädte bunt. Und obwohl das Internet für die Einzelhändler eine große Konkurrenz ist, lehnen es viele nicht mehr kategorisch ab, sondern machen es sich zunutze: Sie stellen beispielsweise ihre Produkte auf sozialen Netzwerken vor, sodass sich Kunden schon vor dem Besuch im Laden ein Bild von der Ware machen können. Die Plattform nebenan.de (nähere Infos auf der nächsten Seite) unterstützt sie dabei.

Denn HDE-Geschäftsführer Stefan Genth hat recht: „Wo der Handel aufgeben muss, sterben Dorfgemeinschaften.“ Dass sich ein persönlicher Besuch in kleinen Läden lohnt, zeigen die tollen Frauen auf den nächsten Seiten. ■



SHOPPING-SPASS
Persönliche Beratung – das gibt es nur vor Ort im Laden. Bei Frau Lange zeigt Mitarbeiterin Shanna (r.) einer Kundin neue Trends



POWERFRAUEN
Brigitte und Shanna (l.) lieben ihren Laden

„Ich liebe meinen hübschen Eckladen“

Eine Kombination aus Papeterie, Grafikbüro und Siebdruck-Werkstatt – in ihrem Werkstattladen in Bielefeld vereint Nicole Köhring (42) alles, was kreativ ist und Spaß macht

Nach der Elternzeit mit meinem zweiten Kind war der Moment für etwas Eigenes gekommen: Ich wollte nicht zurück in die Agentur, in der ich vorher gearbeitet hatte. Und mein Konzept war so weit ausgefeilt, dass ich 2016 Frieda-Werkstattladen eröffnete. Mein Geschäft zeichnet aus, dass ich fast alles selbst mache, auf hochwertige Produkte und eine nachhaltige Arbeitsweise achte. Besonders viel Spaß machen mir die Siebdruck-Kurse. Das ist wie zaubern: Die

Kunden gehen glücklich und mit schönen Sachen in der Hand nach Hause.

AUCH ONLINE KÖNNEN KUNDEN meine Sachen kaufen. Meine neuen Produkte zeige ich auf den sozialen Plattformen Facebook und Instagram. Daraus ergeben sich oft tolle Aufträge und Kontakte. Für die Zukunft wünsche ich mir, dass noch mehr kleine Geschäfte in die direkte Nachbarschaft kommen, damit es für die Menschen attraktiver wird, hier lokal einzukaufen.



LIEBLINGSORT
Nicoles Laden liegt günstig: direkt zwischen ihrem Zuhause und der Bielefelder Innenstadt

„Was wir leisten, kann das Internet nicht“

Durch eine Fügung des Schicksals gelangte Brigitte Lange (72) vor zwölf Jahren an Geschäftsräume in München. Seitdem verkauft sie Kleidung in ihrem Laden Frau Lange

Es ist jetzt zwölf Jahre her, dass ich mit einer Freundin ein paar Tage Urlaub in Kopenhagen machte und wir dort aus einer Laune heraus eine Modemesse besuchten. Da entdeckte ich eine Marke, deren Designs mir unglaublich gut gefielen. Ich weiß noch genau, wie ich zu meiner Freundin sagte: „Wenn ich einmal ein Kleidungsgeschäft eröffnen würde, würde ich dort diese Sachen verkaufen.“ Ein paar Tage später wurden in meiner Heimatstadt München

Geschäftsräume frei. Ich überlegte nicht lange und setzte meine Idee sofort in die Tat um. Seit zwölf Jahren läuft der Laden super – ich bin total glücklich!

DER ERFOLG HAT VIELE GRÜNDE. Dem Onlinehandel haben wir voraus, dass unsere Kunden die Sachen sofort anprobieren und die Stoffe fühlen können. Sie werden fachkundig beraten, und ich als Einkäuferin treffe schon eine Vorauswahl – sich durch die riesige Auswahl im Internet zu klicken

dauert oft ewig. Außerdem fallen viele einzelne Pakete und Transportwege weg. Zwar sind viele Menschen heutzutage sehr eingespannt – aber mal ein halbes Stündchen stöbern kann sehr schön und entschleunigend sein. Mir persönlich macht das Einkaufen und Auswählen für meinen Laden unglaublich viel Spaß. Wir sind in München in einem tollen Viertel ansässig, in dem wir uns sehr wohlfühlen. Und die Kleidung von dem Label auf der Kopenhagener Modemesse verkaufe ich noch heute. ■



TEAMWORK Mitarbeiterin
Stephanie Beck (l.) und
Inhaberin Manuela Mankus

„Ich habe meine *Kunden wachgerüttelt*“

Ihr Bücherwurm in Nürnberg stand vor der Schließung,
als Manuela Mankus (51) mit einer Aktion beeindruckte –
und zum Umdenken bewegte

Schon immer liebe ich Bücher und das Schreiben. Im September 1997 fasste ich dann den Entschluss, mein Hobby zum Beruf zu machen und einen Buchladen zu eröffnen. Es lief super – zweimal wechselte ich die Räumlichkeiten. Doch dann machte mir der Internet-Riese Amazon einen Strich durch die Rechnung. Es kamen immer weniger Kunden zum Schmökern und Stöbern in meinen Bücherwurm, weil sie sich ihren Lesestoff ja nun bequem nach Hause liefern lassen konnten. Im Frühjahr 2012 war ich dann zahlungsunfähig. Doch anstatt mein Schicksal hinzunehmen und zu resignieren, packte mich der Aktionismus. Ich ging an die Presse, und spätestens als ich meine Schaufenster mit Packpapier zuklebte und draufschrieb: „So sieht es hier bald aus, wenn Sie weiterhin im Internet bestellen“, hatte ich die Aufmerksamkeit vieler Menschen.

DIE UNGEWÖHNLICHE AKTION rettete mich. Viele Kunden kamen, sagten, dass es ihnen leidtäte und sie mir in Zukunft wieder treu sein würden. Als dann noch besser gelegene Geschäftsräume

frei wurden, griff ich sofort zu. Jetzt ist der Bücherwurm größer und liegt direkt neben einer Bushaltestelle. Auf nebenan.de suchte ich damals nach Umzugshelfern und war mehr als überrascht, als sich viele Freiwillige meldeten. Heute nutze ich die Plattform auch, um Veranstaltungen und Lesungen anzukündigen.

Ich denke, die stationären Händler dürfen sich dem Internet nicht verschließen. Neben meiner Homepage betreibe ich auch eine Facebook-Seite, auf der ich unter anderem Buchvorstellungen poste. Ich war überrascht, als kaum eine Stunde nachdem ich den Post abgesetzt hatte, die erste Kundin im Laden stand und nach dem Buch fragte. Wir müssen uns das Internet einfach clever zunutze machen, die potenziellen Kunden dort abholen, wo sie gerade unterwegs sind – und das ist eben auf Facebook, Instagram & Co.

Trotzdem bleibt das persönliche Gespräch direkt im Laden natürlich das Schönste an meinem Beruf. Ganz besonders toll finde ich es, wenn den Kunden eine Buchempfehlung von mir so gut gefallen hat, dass sie wiederkommen und mich erneut um Rat fragen. ■



Stark für die Nachbarschaft

Mit 1,2 Millionen Nutzern ist nebenan.de das größte soziale Netzwerk für Nachbarn in Deutschland. Hier können sie sich in einem geschützten lokalen Raum vernetzen und austauschen. Außerdem findet man auf der Website die Initiative „Kauf nebenan“. Sie richtet sich an lokale Gewerbetreibende. Sie können auf der Plattform ein kostenloses Gewerbeprofil erstellen und dadurch von Nutzern gesucht, gefunden und empfohlen werden.

Kennen auch Sie ein Geschäft, das wir unbedingt vorstellen sollten? Dann schreiben Sie uns eine E-Mail mit kurzer Beschreibung, Foto und dem **Stichwort „Kleiner Laden“** an **tina@bauermedia.com** oder schicken Sie einen Brief

an: **Redaktion tina, Brieffach 30835, 20067 Hamburg**

Die Leseraktion wird ganz oder in Teilen in Print und digital veröffentlicht

