

## »Ladenerlebnis schlägt Internet«

EK-Unternehmerkongress über den stationären Handel im Wettbewerb

■ Von Michael Diekmann

**Bielefeld (WB).** Der stationäre Einzelhandel ist im Wettstreit gegen Online-Portale noch lange nicht am Ende. Das sagt Prof. Dr. Patrick Lentz, Der Dozent für Marketing an der Bielefelder Fachhochschule des Mittelstandes (FHM) ermutigte die gut 400 Gäste des EK-Unternehmer-Kongresses gestern sogar: »Echtes Ladenerlebnis des Kunden und Fachkompetenz des Einzelhändlers haben mehr als Internet je bieten kann.«

Lentz forderte die Einzelhändler aber auf, den kritischen Blick gezielt auf sich selbst zu richten, sich und ihr Geschäft zu hinterfragen. Im Vorfeld der heute beginnenden Messe EK-Home hatte der Bielefelder Einkaufsverband EK-

Servicegroup zum Kongress geladen mit einem halben Dutzend hochkarätiger Referenten. Im Zentrum stand die Frage, wie der Kunde »tickt« und was er in seinem Fachgeschäft vor Ort erwartet.

Patrick Lentz hat in Erhebungen herausgefunden, dass die Kunden mit der Internetpräsenz in erster Linie Präsentation und Warenverfügbarkeit verbinden, meist aber nicht den Online-Einkauf. Im Internet zu sein, so Lentz, stärke die Kompetenz des Geschäfts. Und es sei sinnvoll, auf diese Weise seine Kunden aus dem



Analysiert den Handel:  
Prof. Dr. Patrick Lentz

Moloch unendlicher Suchportale herauszuhalten. Andreas Steinle referierte über Konsumentenverhalten und Prof. Dr. Silvia Zaharia über den Zauber von Mehrkanalvertrieb. Die Kombination aus Online- und Stationärhandel, unterschiedlichsten Vertriebswegen, gilt als richtiges Rezept für die Zukunft. Jeder Multichannel-Mix,

lernten die Teilnehmer, sei besser als ein einzelner Vertriebskanal. Dem Laden am Ort empfiehlt Lentz beim Sortiment Kompetenz und Exklusivität der Masse im Regal vorzuziehen.