

Fachmarktzentrum: Kein gemeinsamer Starttermin

Stadtmarketingverein setzt Konzept um / Ziel: Halveraner Herbst am 24. September

Von Florian Hesse

HALVER ■ Für das neu entstehende Fachmarktzentrum auf dem früheren Bahngelände wird es nach Informationen des Stadtmarketingvereins Halver keinen gemeinsamen Starttermin geben.

Vorgesehen sei, dass jedes der Geschäfte einen individuellen Eröffnungstermin nach Fertigstellung der Ladenflächen wählt. Letzter Starttermin dürfte der des Vollsortimenters Kaufland, des größten Ankermieters auf dem Gelände, sein. Der Aldi-Markt hatte bekanntlich bereits in der vergangenen Woche seine Türen geöffnet.

Auch die „Neuen“ machen mit

Für den Stadtmarketingverein Halver bedeute das keine wesentliche Veränderung, hieß es gestern bei der offiziellen Vorstellung des Marketingkonzepts. Ziel ist für die darin vertretenen, aber auch für nicht organisierte Einzelhändler und Dienstleister, dass am verkaufsoffenen Sonntag zum Halveraner Herbst am 24. September das „Center Halver“ als Marke des Halveraner Einzelhandels etabliert werden soll. Daran wird gearbeitet auf verschiedenen Ebenen und unter erheblichem Zeitdruck. Erfreulich sei, dass sich alle zehn

Hintergrund

Handlungsbedarf für den Stadtmarketingverein bestand ab Mitte 2015, als klar war, dass das Fachmarktzentrum am Bahngelände errichtet wird. In der Frage, ob dies Chance oder Gefahr für den vorhandenen Einzelhandel bedeute, positionierte sich der Verein auf der Seite der Befürworter. Ziel solle

sein, die Einzelhändler zu befähigen, positive Geschäftsideen zu entwickeln, die in der neuen Wettbewerbssituation und gegenüber dem Internethandel erfolgreich sein können. Erforderlich würde zudem, den Einzelhandel in Halver als ganzheitliches Angebot zu bewerben, fasst Stroese zusammen.

Geschäfte des Fachmarktzentrums am Konzept beteiligen würden, betonten gestern Wolfram Stroese als erster Vorsitzender des Verbandes und Geschäftsführer Martin Esken.

Sieben Komponenten

Um insgesamt sieben Komponenten geht es bei dem Versuch, das „Center Halver“ als vielseitige Einkaufsstadt im Bewusstsein zu verankern:

■ Unter dem größten Druck steht man bei einem Magazin, in dem sich Einzelhändler, Gastronomen, Handwerksbetriebe und Dienstleister präsentieren können. Rund 200 von ihnen hat man angeschrieben oder angesprochen. Das Angebot ist kostenfrei für jeden von ihnen, der für einen Endverbraucher tätig ist. Eine Mitgliedschaft im Stadtmarketingverein ist dafür nicht er-

forderlich. Diese Offenheit für alle Interessenten war Bedingung für die Berücksichtigung durch Mittel aus dem Strukturförderungsprogramm Leader, ohne die das Vorhaben mit Gesamtkosten von fast 100 000 Euro nicht in Gang gekommen wäre. Die Broschüre wird in allen Haushalten der Stadt verteilt. Wer sich in der Broschüre wiederfinden will, kann sich direkt informieren bei Matthias Clever, Tel. 0 23 53/6 66 72 91.

Trainings und Schulungen

■ Nach einer Terminverlegung beginnen morgen im Tortenatelier die Trainings, Beratungen und Schulungen für selbstständige Händler und Verkäuferinnen und Verkäufer. Die Fachberaterin Rita Biermeier erläutert mehr als nur Hintergrundwissen zum Verkaufsgespräch. Auf Wunsch kommt sie auch in die Geschäfte, gibt

Tipps zur Präsentation im Laden und im Schaufenster. Auch dieses Angebot ist kostenfrei und nicht an eine Mitgliedschaft im Stadtmarketing gebunden. Rita Biermeier: 0172 / 9 92 01 72.

■ Rechtzeitig zum Halveraner Herbst soll auch die neue Internet-Präsenz des „Centers Halver“ stehen. Enthalten sein sollen darin die Porträts, die sich auch im Magazin finden. Ob für die Seite eine eigene App für Mobilgeräte entwickelt werde, sei noch offen, sagt Matthias Clever, der mit seiner Agentur „die-vonhier“ den Zuschlag für das Marketingkonzept erhalten hat. Auf jeden Fall erhalte der Internet-Auftritt aber ein „responsibles“ Design und sei von jedem mobilen Endgerät aus nutzbar.

■ Nicht mehr zum Termin fertig wird eine eigene Innenstadtnavigation in Sachen Einzelhandel. Die Beschilde- rung soll im Gebiet der Innenstadt aufgestellt werden.

Weiter vorgesehen sind

- ein handlicher Stadtplan
- Werbemittel
- gezielte PR-Arbeit.

Zeitdruck bei der Umsetzung

Der Zeitdruck bei der Umsetzung des Konzepts hängt zusammen mit der Bewilligung der Fördermittel. Ohne diese Zuwendung hätte man das Vorhaben nicht im Alleingang durchsetzen können, erläutert Wolfram Stroese. Und ein vorzeitiger Beginn der Arbeiten wäre in jedem Fall schädlich gewesen. Sein ausdrücklicher Dank gelte aber auch der Stadt Halver zum einen für die finanzielle Unterstützung wie auch für positive Begleitung nach den ersten Vorüberlegungen zum „Center Halver“ bereits 2015. Bei einem Budget von etwa 30 000 Euro jährlich wäre die Umsetzung für das Stadtmarketing Halver mit aktuell etwa 80 Mitgliedern unmöglich gewesen. Für Privatpersonen ist eine Mitgliedschaft bereits für einen symbolischen Jahresbeitrag von 12 Euro möglich. Typische Einzelhändler zahlten etwa 280 Euro, sagt Geschäftsführer Esken. Informationen hierzu: Martina Hesse, Tel. 0 23 53 / 1 36 45.



Wolfram Stroese, Martina Hesse, Martin Esken, Rita Biermeier, Matthias Clever, Davis Pahl (Graffik) und Alisa Kannapin bei der Vorstellung des Marketingkonzepts für den Einzelhandel in Halver.



Verkaufsexpertin Rita Biermeier mit Alisa Kannapin (LENE, Bahnhofstraße) im Gespräch. Die Beratung ist kostenfrei, eine Mitgliedschaft im Stadtmarketingverein nicht erforderlich. ■ Fotos: Hesse