



Als Gastautor für Stil und Markt habe ich einen Gastbeitrag zum Thema Handel und Innenstadt ([Link](#)) veröffentlicht, in dem ich die neue Rolle der Innenstädte und der dort ansässigen inhabergeführten Händler beschrieben habe. Darauf erhielt ich einen ganz besonderen Kommentar, über den ich hier eine Diskussion entfachen will.

Die inhabergeführten Händler zeigen mir ihr Spannungsfeld

In dem Artikel geht es darum, dass speziell die inhabergeführten Händler und die Innenstadt zukünftig wesentlich mehr Freizeitwert bringen müssen. Darauf hat Martina Vogl aus Konstanz geantwortet vom Café und Kaufhaus „Voglhaus“. Ich habe mich sehr über diesen Beitrag gefreut, denn er bringt eine sehr wichtige Perspektive in die Diskussion. Ich möchte die Gelegenheit nutzen und zu einer Diskussion aufrufen: Wie seht Ihr die Lage der inhabergeführten Händler? Nutzt das Kommentarfeld, ich freue mich auf weitere Sichtweisen. Hier kommt aber erst einmal der Leserbrief:

„Lieber Herr Rehme,

jetzt juckt es mich doch in den Fingern, ein paar Dinge ins rechte Licht zur rücken, die in

Ihrem Beitrag in Stil und Markt 4-5/2019 unerwähnt blieben.

Wir sind ein ziemlich berühmtes, erfolgreiches, mehrfach ausgezeichnetes (auch „Fachgeschäft des Jahres“ bei Stil und Markt) kleines Unternehmen, das seit 20 Jahren in Konstanz Handel und Gastronomie vereint.

Wir sind innovativ in jeder Hinsicht, wir sind sozial engagiert, arbeiten nachhaltig, erstellen derzeit eine Gemeinwohlökonomiebilanz, führen seit einiger Zeit den Slogan „Wir retten die Welt mit Genuss“, mit Recht, da unser Speisen- und Getränkeangebot bio, lokal, fair und vegan-vegetarisch ist.

Wir zahlen vernünftige Löhne – für die Branche gesehen – , arbeiten nur mit örtlichen Handwerksbetrieben, zahlen ordentlich unsere Steuern, beziehen den grünsten Strom, den es in Deutschland gibt.

Wir setzen dem öden Digitalisierungsmantra gut gelaunte analoge MitarbeiterInnen und gemütliches Ambiente, schöne Dekorationen, leckere Speisen, Kaminfeuer und Kerzen, schöne Musik und Beleuchtung entgegen.

Sowohl die Voglschar als auch ich bilden uns laufend fort, in eigenen Schulungen und mit externen Fachleuten.

Unsere Kundenbewertungen sind im Topbereich, wir gelten als authentisch, engagiert.

Wir verlieren eigentlich nur KundInnen, weil es so voll ist, dass man keinen Platz bekommt...

Ergo: Wir sind das Vorzeige-Unternehmen schlechthin, nachdem Sie händeringend rufen, wir entwickeln uns ständig weiter ohne unsere Werte zu verraten. Als geschäftsführende Inhaberin, Gründerin und Namensgeberin des Unternehmens bin ich stolz darauf, was meine MitarbeiterInnen und ich geschaffen haben und jeden Tag weiter voran treiben. Wir haben alle unser Auskommen und ich bin zufrieden mit meinem Leben, auch wenn ich andernorts weit mehr verdienen könnte als in unserer Branche. Das ist für mich aber auch kein sinnvolles Lebensziel...

Aber: Wir leben seit Jahren von der Hand in den Mund! Wandel und Innovation kosten Geld! Es gelingt uns nicht, vernünftige Rücklagen zu bilden, wie es ein so lange am Markt erfolgreiches Unternehmen tun sollte und wie es gut wäre, um auch bei schwierigen

Situationen einen Rückhalt zu haben. Wir fangen die auch bei uns im Einzelhandel sinkenden Umsätze gut durch unsere Gastronomie auf, aber nicht jedes Einzelhandelsgeschäft kann das Modell übernehmen. Auf der anderen Seite steigen sämtliche Kosten und Anforderungen, die von allen Seiten an uns herangetragen werden.

Von allen Seiten wird den KundInnen eingeredet, dass es ihr gutes Recht sei, das zu tun, was für sie in diesem Moment das Beste und Bequemste ist, ohne über mögliche Konsequenzen nachzudenken.

Das beinhaltet so Schnapsideen wie unbegrenzte Öffnungszeiten, Sonntagsverkäufe, kostenloses Leitungswasser, kostenloser Lieferservice, grenzenloses Umtauschen und was da so alles an Internetartigem und sonstigen Bedürfnissen an den stationären Einzelhandel herangetragen wird, der ja möglichst in der Toplage der Fußgängerzone platziert sein soll, damit die Kunden nicht auch noch laufen müssen.

Viele KundInnen wissen zwar, dass die Mehrwertsteuer derzeit 19 Prozent ist, dass das aber bedeutet, dass HändlerInnen und GastronomInnen diese jeden Monat weiterreichen an den Staat, machen sie sich nicht bewusst, wenn sie über Preise insbesondere in der Gastronomie nachdenken.

Viele Gäste wissen zwar, was in der Massentierhaltung passiert, möchten aber trotzdem billiges Fleisch.

Viele KundInnen wissen zwar, dass die Löhne in den Ländern, in denen ihre Kleidung genäht wird, nur ein Bruchteil ihrer eigenen sind, aber kaufen trotzdem Schnäppchen.

*Natürlich sind die KundInnen und Gäste überfordert mit dem Anspruch, dass **sie** alles bedenken sollen, wenn sie konsumieren. (Siehe auch: Kopatz, Ökoroutine). Das fordert nur die Industrie vehement ein, um sich selber aus der Verantwortung zu mogeln. Es wäre in erster Linie Aufgabe der Politik, da klare und nachhaltige Verhältnisse zu schaffen, z.B. mit einem Ladenschlussgesetz, mit dem Verbot von Massentierhaltung, mit einer Regulierung des Lieferservice-Wahnsinns der Internet -Anbieter, etc. etc.*

Ich bin optimistisch, dass sich da viel bewegen wird in den nächsten Jahren, da uns der

Klimawandel nun auch hierzulande auf den Leib rückt in Form von Hitze, Dürre und Flüchtlingen.

Meine Bitte dabei aber an Sie: Prangern Sie mit recht die wandelresistenten Dinosaurier unter den HändlerInnen an, die gibt es wirklich reichlich, aber waschen Sie dennoch in erster Linie den KundInnen den Kopf und machen Ihnen klar, welche Ansprüche völlig überzogen und welche berechtigt sind. Ich kann die Schaufenster-Klebeaktionen verstehen.....

Vor allem aber, wenden Sie sich mit Ihrer Expertise und der Ihnen zur Verfügung stehenden Zeit an die Politik und die Lobbyisten, damit da die grundlegenden Weichen endlich endlich gestellt werden für eine Welt, in der alle Menschen, nicht nur die deutschen KonsumentInnen, gut leben können.

Wir HändlerInnen und GastronomInnen arbeiten derweil weiter an der Front für die gute Sache

Herzliche Grüße vom schönen Bodensee, Martina Vogl

DAS VOGLHAUS CAFÉ UND KAUFHAUS“

Eine Antwort der ZUKUNFT DES EINKAUFENS Co-Founderin Heike Scholz.

Beitragsbild von: Das Voglhaus