

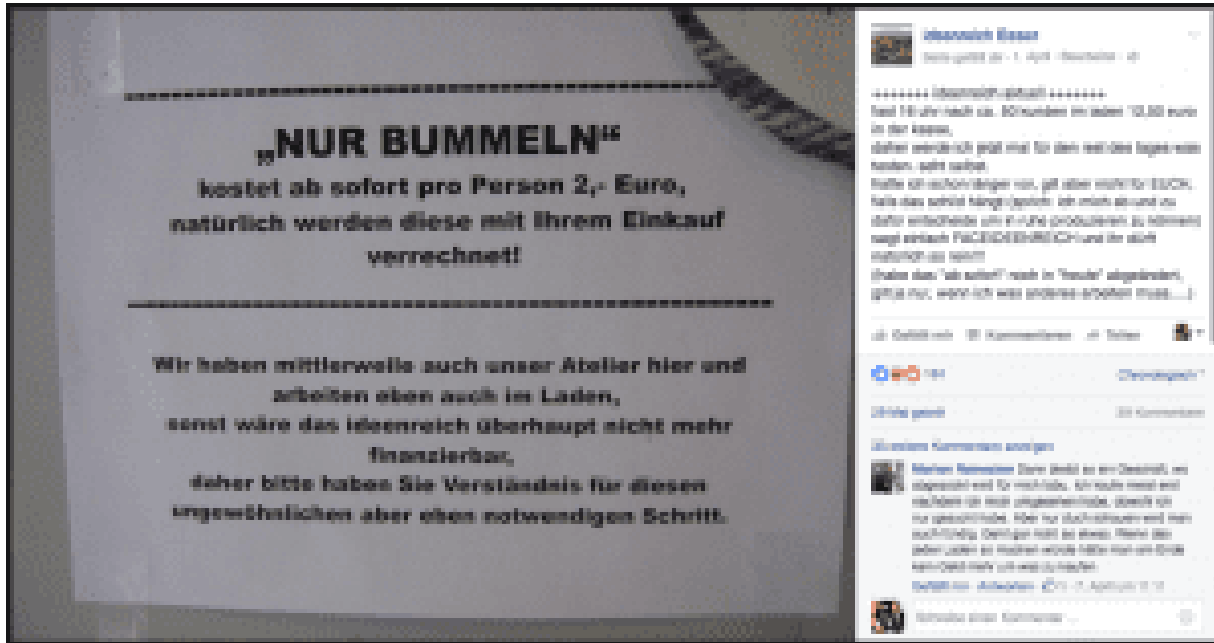


Im April 2016 hatten wir über Michael Pütz und seinen Laden Ideenreich in Essen berichtet. Michael Pütz hat damals zwei Euro für das Stöbern in seinem Laden genommen. Offensichtlich hat es ihm nicht viel geholfen. Der Laden ist heute im November 2019 laut Google dauerhaft geschlossen, die Facebook-Seite existiert nicht mehr.

### **Unser Artikel von damals:**

Ein kleiner Zettel, den Michael Pütz am 1. April an die Tür seines Essener Geschenkkladens

**ideenreich** hängte, schlug bei Facebook schnell hohe Wellen und sorgte für reichlich überhitzte Stimmung sowie viele negative Bewertungen.



Die

Reaktionen auf das temporäre Türschild veranlasste die WAZ dazu, über die Aktion zu berichten; und das war erst der Anfang. Was folgte waren über 40 Interviews, noch mehr Anfragen sowie zahlreiche Berichterstattungen quer durch die Republik. Hier eine Auswahl: Rheinische Post, Kölner Stadtanzeiger, Berliner Kurier, [TZ](#) [Rosenheim24](#) sowie [Focus](#), [Die Welt](#), und [Stern](#); auch Sat 1 berichtet. Für die [Süddeutsche Zeitung](#) war das Thema gleich einen [zweiten Artikel](#) innerhalb von zwei Tagen wert; weitere große Medien haben sich bereits bei dem Einzelhändler angekündigt. Selbst im Ausland ([20minuten](#), [Heute.at](#)) hat es sich anscheinend schon herumgesprochen, dass Michael Pütz 2 Euro für das Bummeln in seinem Laden kassieren will.

Bei mir landete die Meldung am 4. April auf dem Schreibtisch. Da ich in Essen wohne, lag es nah, darüber zu berichten.

## Aprilscherz?

Meine erste Reaktion: Das muss ein Aprilscherz sein. Schließlich wurde das Schild genau am 1. April auf Facebook gepostet.

Meine zweite Reaktion: Bitte nicht schon wieder ein trotziger Einzelhändler, der seine Kunden für den Wandel im Handel verantwortlich macht und jetzt die nächste Moralpredigt hält. Denn schließlich bieten konstruierte Schreckensszenarien (wie z.B. auch die zugeklebten Schaufenster in St. Tönis) keine Lösungsansätze für die Probleme der Innenstädte, sondern prangern ausschließlich andere „Schuldige“ an; und das sind im Zweifel die Kunden.

Meine dritte Reaktion: Das passt gar nicht zu dem Laden! Denn schließlich kenne ich das Stöberparadies ideenreich in der Essener Innenstadt und bin Fan der Stadt-Land-Pott-Produkte, die Inhaber Michael Pütz selbst produziert. Ich habe das Geschäft immer als sehr serviceorientiert erlebt und der Händler blieb mir als kommunikative Persönlichkeit im Gedächtnis. Kurzum, eigentlich bot der Laden in der Kapuzinergasse vieles von dem, was Handels-Experten von dem eigentümergeführten Einzelhandel erwarten. Hatte ich mich so sehr getäuscht?

Ich fuhr hin. Und da ich unangekündigt auftauchte und Kunden im Geschäft waren, tat ich, was Frauen gern tun: Stöbern. Nebenbei lauschte ich ein wenig dem Treiben am Verkaufstresen. Herr Pütz individualisierte gerade mit einem Kunden eines seiner Produkte. Es sollte anscheinend ein Geschenk werden und dafür wollte man einen QR-Code aufbringen. Gemeinsam suchte man nach der idealen Lösung, scherzte und lachte. Ich wurde freundlich begrüßt und man ließ mich „Bummeln“; ohne Zahlungsaufforderung. Ganz nebenbei hat es sich dann ergeben, dass wir ins Gespräch kamen. Als ich mich als Autorin von ZUKUNFT DES EINKAUFENS zu erkennen gab, lief das Gespräch ganz natürlich weiter - kein Bruch im Gesprächsablauf, keine Aufregung. Das mochte natürlich daran liegen, dass der studierte Medienpädagoge bereits über 40 Interviews hinter sich hat. Auf mich wirkte es allerdings einfach gelassen.

Und genau diese Gelassenheit hätte er sich eigentlich auch als Reaktion auf seinen Zettel erwartet, lässt mich Michael Pütz wissen. Es ging schließlich nur um die Zeiträume, in denen er sich in sein Atelier zurückziehen will. Die Kommentare im Netz und das Medieninteresse hätten ihn vollkommen unerwartet getroffen. Zu Spitzenzeiten seien ganze sechs Kamerateams in und vor seinem Laden gestanden. „Ich glaube, dass ich da einen

Nerv getroffen habe“, sagt er. Er werde da wohl gerade als Stellvertreter für den gesamten Handel gesehen, dabei sei das gar nicht seine Absicht.

## Das muss doch jeder selber wissen

Über die Beweggründe des kreativen Einzelhändlers aus Essen wurde in der Berichterstattung viel gesprochen. Manche hielten die Aktion für eine „Kampfansage an das Kaufverhalten der Kunden“, mache für einen Hilferuf. Was sich Herr Pütz aber eigentlich wünscht, ist, dass die Menschen nachvollziehen können, dass das ideenreich ein Ein-Mann-Betrieb ist, der sowohl Verkaufsraum als auch Produktions-Atelier ist. „Und wenn man beides unter einem Dach hat, dann muss man halt auch mal Prioritäten setzen.“ Dies sei sein individuelles Dilemma, aber die meisten seiner Kunden hätten Verständnis gezeigt. Schließlich hat er ein enges Verhältnis zu seiner Kundschaft und erklärt die Maßnahme im direkten Gespräch und auch auf Facebook geduldig. Aus dem 2-Euro-Bummeln jetzt ein grundsätzliches Geschäftsmodell oder gar ein Konzept für den gesamten Einzelhandel zu machen, läge ihm fern. Schließlich gäbe es auch nicht *die eine* Lösung.

Wir sprechen dann noch über andere Ansätze im Handel, über Konzepte zum Provisionsausgleich, über Onlineauftritte, funktionierendes und nicht funktionierendes Citymanagement, Bezahlszenarien und Öffnungszeiten.

Und mir wird immer deutlicher: Herr Pütz sucht nach Lösungen für den kleinen Laden, die zu seinem Geschäftsmodell passen und ihn als Mensch authentisch bleiben lassen; und er hat für die 3-4 Stunden in der Woche, in der er sich auf das Atelier fokussieren möchte, einen Lösungsansatz ausprobiert.

## Nicht mehr, nicht weniger

Nach einem guten Gespräch fahre ich nach Hause. Vielleicht wird in diesen Zeiten ja auch vieles schnell zu überhitzt betrachtet.