

HDH sieht Einkaufsstadt gut positioniert

Händlerverein hat jetzt rund 170 Mitglieder – Simon: hoffnungsvoller Blick auf 2014

Überaus zufrieden ist man beim Heidenheimer Dienstleistungs- und Handelsverein mit dem vergangenen Geschäftsjahr. Die Bilanzen sind gut, lange Einkaufsnächte und verkaufsoffene Sonntage sind Publikumsmagnete. Und dann wächst auch noch die Zahl der Mitglieder stetig.

MATHIAS OSTERTAG

Rund 120 Mitglieder und Gäste konnte der Verein HDH unter seinem Vorsitzenden John-Charles Simon beim Neujahrsempfang am Freitagabend im Kasino der Volksbank begrüßen. Entsprechend gut gelaunt zeigte sich der Geschäftsführer der Clever Group AG in seinem munteren Rückblick auf das vergangene Jahr und Ausblick auf das Jahr 2014.

Zunächst aber blieb es Gastgeber Oliver Conradi, Vorstandsvorsitzender der Heidenheimer Volksbank, vorbehalten, die Anwesenden über den aktuellen Stand in Sachen Spam-Mails zu informieren: „Ich freue mich mit Sicherheit mehr darüber, dass Sie so zahlreich hier erschienen sind, als über die vielen tausend Mails, mit denen wir zu kämpfen haben“ (siehe auch eigenen Beitrag auf dieser Seite).

Deutlich positiver klangen da schon die Nachrichten, die der HDH-Vorsitzende Simon zu verkünden hatte. Er zeigte sich äußerst zufrieden mit den vielfältigen Aktionen im Jahresverlauf, die die Handschrift des Handels- und Dienstleistungsvereins tragen. Lange Einkaufsnächte und verkaufsoffene Sonntage seien beim Publikum längst etabliert, die



John-Charles Simon, Vorsitzender des Heidenheimer Dienstleistungs- und Handelsvereins: mit Heidenheim und dem Verein HDH zufrieden, auch wenn noch durchaus Entwicklungspotenzial gesehen wird.

Foto: Jennifer Räßle

City-Schexs würden von den Kunden gut angenommen. „Unser Geld haben wir an den richtigen Stellen platziert“, zeigte sich Simon überzeugt.

Rund 170 Mitglieder zählt der Händlerverein jetzt, laut Simon sei ein Potenzial von 180 oder mehr Mitgliedern nicht unrealistisch. Man müsse nur aktiver bei den noch nicht im HDH vertretenen Händlern um eine Teilnahme werben. Gut eingespielt sei aber die Zusammenarbeit im zehnköpfigen Vorstandsteam des Händlervereins: „Die Kreativität innerhalb des Gremiums ist sehr groß. Ein City-Manager wäre deutlich teurer als wir.“

Insgesamt habe sich Heidenheim, so Simon, in den vergange-

nen Jahren gut entwickelt, man sei inzwischen in vielen Bereichen beispielgebend. Allein wenn man die Erfolgsgeschichte Schloss Arkaden betrachte (das Einkaufszentrum feiert in diesem Jahr sein Zehnjähriges), dann wisse man, dass vieles richtig gemacht wurde. „Die Schloss Arkaden sind für viele Bürger eine zweite Heimat geworden. Hier kauft man ein oder trifft man sich auf einen Kaffee.“ Kaum jemand hätte in den Anfangszeiten erwartet, dass sich das Einkaufszentrum so gut entwickeln würde, zumal auch der Einzelhandel mit der Konkurrenz relativ gut klar komme. „Aus den Nachbarstädten blickt man mit Anerkennung und auch ein bisschen Neid auf uns.“

Für 2014 sind die Planungen für die Sonderaktionen weit fortgeschritten. Sieben Events unter der Regie des HDH sind bereits terminiert, darunter zwei verkaufsoffene Sonntage, die jedoch noch vom Gemeinderat in seiner nächsten Sitzung abgesegnet werden müssen, und drei lange Einkaufsnächte. „Dieses Jahr bietet uns jedenfalls wieder viele Chancen“, so Simon.

Einblicke in die perfekte Händler-Kunde-Beziehung gab im Anschluss ein Referat der Unternehmensberater Jürgen Frey. Der Vertriebsexperte der Giengener Tempus Consulting GmbH geht seit vielen Jahren der Frage nach, was besonders erfolgreiche Firmen wie Apple anders machen, um

ihre Kunden bei der Stange zu halten. Gleich sieben Dinge seien all diesen Firmen gemeinsam, so der 43-Jährige. Diese hätten unter anderen Kernkompetenzen entwickelt, sodass ein exzellentes Produkt produziert und hergestellt werden könne. Auch konzentrierten sich diese Firmen meist nur auf eine, für das Segment aber enorm wichtige Zielgruppe. „Man kann es nicht jedem Recht machen“, so Frey. Auch die Servicequalität dürfe nicht zu kurz kommen, denn 68 Prozent der ehemaligen Kunden beklagten mangelhaften Kundenservice. Frey: „Ein bisschen schneller, ein bisschen innovativer, ein bisschen besser. Dann werden aus Kunden Fans.“