

**BAD DÜRRHEIM** vor 6 Stunden

# „Man braucht einen langen Atem“ sagen die Einzelhändler der Stadt

Der lange Einkaufsabend wird grundsätzlich positiv gesehen, doch nach 19 Uhr flacht der Kundenstrom ab



Die Boutique Modelia ist durch Corona kaum betroffen. Geschäftsführerin Margret Wagner (rechts) und die Mitarbeiterinnen Karin Keck (links) sowie Konstantina Leontiado präsentierten bei ihrer Modenschau zum langen Verkaufsabend auch die neue Karo-Mode.

VON ALEXANDER HÄMMERLING

Am zweiten langen Einkaufsabend in Bad Dürrhein unter dem Motto „Einkaufen und Schlemmen im Herzen von Bad Dürrhein“, beteiligten sich insgesamt 16 Betriebe aus Gastronomie und Einzelhandel. Sie attestieren der Innenstadt eine Belebung, wobei das Kaufverhalten der Kundschaft bei den befragten Geschäften zu später Stunde eher zögerlich sei. Grundsätzlich steht das Gewerbe der Idee sehr positiv gegenüber. Bemängelt wird, dass nicht alle Akteure der Innenstadt teilnahmen und an einem Strang ziehen. Durch [Corona](#) fehlen nach wie vor Kurgäste und Touristen. Der Einzelhandel lebt weitgehend von einer treuen, lokalen kundschaft, die sich geradezu solidarisch mit ihren gewohnten Einkaufslokalitäten zeigt.



Kein Umsatzplus bei Conny Brix durch den langen Verkaufsabend. Bilder: Alexander Hämmerling

**Conny Brix Feine Wäsche:** Analog dem ersten, langen Einkaufsabend am 14. August verlief der geschäftliche Betrieb in der zweiten Auflage für Conny Brix „zufriedenstellend“. Es sei jedoch kein Umsatzplus in der Kasse zu verzeichnen, da die größeren Kundenmassen sich zu den gängigen Schließzeiten ab etwa 18 Uhr weitgehend aus der Innenstadt zurückgezogen hätten. „Die Spätbummler betreiben noch etwas Schaufenster-Hopping oder kommen kurz rein, trinken ein Glas Prosecco und nehmen eine Knabberlei zu sich. Gekauft wurde spät aber nichts mehr“, so Brix. Durch die nicht teilnehmenden Betriebe entstünden in der Passage der Innenstadt zu viele „schwarze Lücken“, es komme nicht der Charakter einer geschäftigen Allee bis zur verlängerten Öffnungszeit von 21 Uhr auf. Bei einer Neuauflage der Aktion empfiehlt Brix, die Lücken eventuell mit Ständen von Vereinen oder sonstigen Akteuren zu füllen. Eine geschlossene Einkaufsstrecke wirke sich positiv auf die Emotionen des Konsumenten und die Kaufentscheidung aus. Grundsätzlich empfindet Brix den langen Einkaufsabend als eine „super Idee“. „Wir von Einzelhandel müssen bei solchen Aktionen gerade in der jetzigen Lage einen langen Atem beweisen und fest zusammenhalten“, sagt sie.

Die Wirtschaftslage bei Brix' Wäscheladen orientiert sich etwa am Standard des Einzelhandels, der Umsatzrückgang seit März 2020 liege bei 30 bis 40 Prozent. Insbesondere der Verkauf von Artikeln aus dem Bade- und Freizeitsegment sei durch das Ausbleiben von Touristen und Kurgästen, hinzu kommen die veränderten Öffnungszeiten des Solemar, nahezu eingebrochen. Durch Vertragsbindungen sei die Warenlieferung regulär erfolgt. So erweist es sich als Gnade, dass der Verkauf von

Artikeln des sonstigen Sortiments durch eine „treue Stammkundschaft,, auf dem Niveau vor Corona laufe. Einen Mieterlass für ihren Laden konnte Brix nicht erwirken, durch angehäuften Resturlaub musste auch die Dreiviertel-Stelle einer Beschäftigten voll bezahlt werden, Kurzarbeitergeld war entsprechend nicht zu beantragen. „Ein weiterer Shutdown wäre definitiv nicht zu ertragen“, sagt Brix unverblümt. „Wir halten eben durch, umso mehr sind Aktionen wie der lange Einkaufsabend vonnöten“, sagt Brix.



Die Boutique Modelia ist durch Corona kaum betroffen. Geschäftsführerin Margret Wagner (rechts) und die Mitarbeiterinnen Karin Keck (links) sowie Konstantina Leontiado präsentierten bei ihrer Modenschau zum langen Verkaufsabend auch die neue Karo-Mode.

**Modelia Boutique:** Modelia führte eine Modenschau mit eigenen Models durch. Präsentiert wurde dabei auch die neue Herbstmode für die Dame aus dem höherwertigen Preissegment. Die Boutique verschickte persönliche Einladungen an ihre treue Stammkundschaft, so sei der Laden laut Geschäftsführerin Margret Wagner „super gut besucht“ gewesen, ein deutlicher Umsatzanstieg als zu einem gängigen Verkaufstag sei zu vermelden. Durch sein exklusives Angebot sei der Laden ohnehin weniger auf Laufkundschaft angewiesen, alle Besucher und die Stammkundschaft hätten sich an dem Abend aber „bestens gelaunt und kauffreudig“ gezeigt. Auch Wagner konstatiert, dass der lange Verkaufsabend die Innenstadt und ihren Laden bis etwa 20 Uhr deutlich belebte, dann habe sich die Aktion jedoch „verlaufen“. Ideal habe sich das Wetter ausgewirkt, so konnten die neuen Schnitte und Farben für die kommende Saison optimal präsentiert werden. „Neue Braun-Töne vom Klassiker unter den Herbstfarben wie Camel bis hin zu Cognac seien diese Saison in. Animal-Prints und Karomuster kommen wieder“, verrät Wagner auf Nachfrage. Die Aktion an sich bewertet Wagner als „super“.

„Man muss für den Einzelhandel einfach etwas tun, nur Reden bringt nichts“, so Wagner. Der Anschluss weiterer Geschäfte an die Aktion sei eine wesentliche Verbesserung. Eines hält Wagner jedoch unmissverständlich fest: Ein langer Verkaufsabend sollte „nicht zu oft“ durchgeführt werden, sonst ginge man des besonderen Reizes einer Ausnahmeveranstaltung verlustig.

Fundamental hätte sich Corona auf das Geschäft der Boutique durch das anspruchsvolle Sortiment, abgezielt auf eine spezielle und treue Kundschaft, nicht ausgewirkt. Touristen und Kurgäste fehlten Modelia nicht wesentlich. Auf Anstellungen des Personals seine ebenfalls keine Effekte zu dokumentieren. „Wir brauchen eher noch Personal“, sagt Wager. Summa summarum sei man bei Modelia „der Situation entsprechend nicht unzufrieden“.



Auch der Schwarzwald-Pavillon mit Inhaberin Suncica Ilic und Ehemann Kristijan sieht im langen Verkaufsabend eine tolle Idee.

**Schwarzwald-Pavillon:** Auch der Pavillon hat zum langen Verkaufsabend mit Spirituosenangebot, Knabbereien und Luftballons vor dem Laden eine kundenfreundliche Atmosphäre zu generieren versucht. „Wir haben nicht unbedingt auf einen erhöhten Umsatz abgezielt. Wir wollten da sein und mitmachen, uns unseren Kunden und in der Innenstadt präsentieren“, sagt Inhaberin Suncica Ilic. Und doch habe man bis zu den gängigen Schließzeiten von 18 Uhr mehr Umsatz als „an einem normalen Freitag“ erfahren. Ilic bestätigt die Aussage von Conny Brix, wonach sich die Aktion ab etwa 18 Uhr deutlich abgekühlt habe. Insofern haben die verlängerten Öffnungszeiten ihre eigentliche Konsequenz, zumindest für den Einzelhandel, nicht finden können. „Es muss aber weiter gehen. Wir haben beide Male mitgemacht. Bei einer weiteren Auflage

wären wir wieder dabei“, sagt Ilic. Eine Belebung wäre ein musikalisches Angebot in der Innenstadt gewesen. Das kam beim ersten Mal gut an.

Das Ausbleiben der Kurgäste und Touristen führte auch beim Schwarzwald-Pavillon zu einem Umsatzeinbruch von bis zu 40 Prozent. Die Stammkundschaft ist dem Modeladen treu. „Man hat geradezu das Gefühl, dass die Kunden uns unterstützen wollen. Sie wissen natürlich um die finanziell schwierige Lage“, sagt Ilic. Glück hatte sie, die als langjährige Angestellte den Modeladen von der Erbin der verstorbenen Vorbesitzerin zum 1. März 2020 übernahm, nicht gerade. Am 18. März folgten die Ladenschließungen. Als Glücksgriff erwies sich der Vermieter, welcher ihr eine komplette Monatsmiete erließ. Ein zweiter Shutdown wäre kaum zu verkraften.

**Tamara Pfaff, Gewerbevereinsvorsitzende:** „Die einen waren sehr zufrieden, die anderen eher weniger, aber auf jeden Fall war es besser als beim ersten mal.“ Ein weiterer langer Einkaufsabend sei bis jetzt nicht geplant. „Im Oktober werden wir uns zu einem Forum Innenstadt treffen und dann schauen, was wir für dieses Jahr noch planen. Wir werden in die Vorbereitung des Adventskalenders gehen und ob das Adventsdörfle in irgendeiner Form stattfinden wird, steht noch in den Sternen. Profitiert habe ihrer Kenntnis nach auf jeden Fall das Auktionshaus VS am Adlerplatz mit seinem Tag der offenen Tür. Viele wären zum Schauen hingegangen.“

Das könnte Sie auch interessieren

---

REGION

Wir haben vom Schwarzwald bis zum Bodensee gesucht... keine Spur von dieser Seite

---

[75 Jahre Geschichte. 75 Jahre Erfahrung. 75 Jahre Journalismus. Sichern Sie sich jetzt für kurze Zeit ein ganzes Jahr zum Jubiläumspreis von 75 €.](#)

