



Ob Bäcker, Frisör, Blumengeschäft, Bank, Buchladen, Apotheke, Pizzeria, Deko-Shop oder Kleiderladen: Die „Breite Straße“ zeichnet sich durch eine große Vielfalt aus; der Kunde wird hier beim Einkaufsbummel in der Regel schnell fündig. Foto: Lukas Görlach

Auf Flirtkurs beim Kunden

Gonsenheimer Gewerbeverein sieht sich als attraktive Alternative zum Online-Handel

Von Franziska Schuster

MAINZ. Der Einzelhandel hat eine große Bedrohung – und die heißt: Online-Handel. Vor allem kleine und mittelständische Händler sind betroffen und ziehen im Kampf um den Kunden oft den Kürzeren. Dazu kommen noch die steigenden Mietpreise in den Städten und der wachsende Konkurrenzdruck durch Großunternehmen.

Manchmal liest man sogar davon, dass der mittelständische Einzelhandel gar aussterben werde und von kleinen Läden bald nur noch verrammelte Fensterfronten übrigblieben.

Genau gegen dieses Szenario kämpft der Gewerbeverein Gonsenheim, der 2019 sein 40-jähriges Bestehen feiert, an. Gewerbevereine haben generell das Ziel, wirtschaftliche und politische Interessen ihrer Mitglieder zu fördern und die Mög-

lichkeit zu bieten, sich untereinander zu vernetzen. Dabei sind die Vereine geografisch, also nach Orten organisiert. Im Fall des Gonsenheimer Gewerbevereins kann somit jeder Mitglied werden, der ein Gewerbe oder Dienstleistungsunternehmen in Gonsenheim besitzt. Dabei spielt die Branche keine Rolle.

Ideen wie Erdbeerfest, App oder Geschenketaler „Gonso“

Sobald sich ein neues Gewerbe oder Dienstleistungsunternehmen im Stadtteil ansiedelt, stellt sich der Verein vor und schließt eventuell eine Mitgliedschaft ab.

„Mit vielen Maßnahmen gehen wir unsere Ziele an“, sagt die Erste Vorsitzende des Gewerbevereins Gonsenheim, Barbara Petermann. „Beispielsweise gibt es den verkaufsoffe-

nen Sonntag am Erdbeerfest. Zahlreiche Besucher kommen dann in unseren Stadtteil und besuchen die Geschäfte.“

Um mehr Abwechslung beim Einkaufen zu schaffen, wurde vom Verein auch 2015 der sogenannte Gonso-Geschenktaler eingeführt: eine Art Gutschein, der in den teilnehmenden Gonsenheimer Läden eingelöst werden kann. „So kommen Kunden in unseren Stadtteil und haben die freie Wahl, wo sie sich etwas Schönes aussuchen möchten“, sagt Petermann. Um dem Online-Handel zu trotzen, sei es vor allem wichtig, aus dem Einkauf für den Kunden ein Erlebnis zu machen und Präsenz zu zeigen. Deshalb organisiert der Gewerbeverein Gonsenheim auch diverse Veranstaltungen im Stadtteil und wirbt online auf der eigenen Website und in der GonsenheimApp für die Geschäfte und Dienstleister.

Doch Petermann sieht trotz des boomenden Online-Handels positiv in die Zukunft: „In Gonsenheim sind es eigentlich in den letzten Jahren nicht weniger Unternehmen geworden. Wir haben hier ein sehr vielseitiges Angebot und das in einem attraktiven Umfeld. Und darauf sind wir stolz.“ Auch die Mitgliederzahlen des Gewerbevereins in Gonsenheim seien stabil.

Dennoch wird sich wohl der Einzelhandel vom reinen Warenverkauf immer mehr lösen müssen und auch in Zukunft noch mehr Maßnahmen umsetzen, um für den Kunden sichtbar zu bleiben und weiterhin bestehen zu können. Auch darin sieht der Gonsenheimer Gewerbeverein eine Herausforderung: Durch eigene ortsspezifische Ideen das Einkaufserlebnis für den Kunden in den Vordergrund zu rücken.