

Konkurrenz ja, Verdrängung nein

Die Einzelhändler in der Innenstadt sind bereit, es mit der wachsenden Konkurrenz durch die Gewerbegebiete am Stadtrand aufzunehmen, vor allem mit Erding-West. Allerdings erwartet der Verband Ardeo faire Bedingungen – und zwar durchs Rathaus.

VON HANS MORITZ

Erding – Der Beschluss des Stadtrates, sich von Professor Günter Heinritz ein neues Einzelhandelsgutachten für Erding schreiben zu lassen, ist erst ein paar Tage alt. 35 000 Euro will sich die Kommunalpolitik die Expertise kosten lassen. Bürgermeister Max Gotz (CSU) hat die Handelsverbände aufgerufen, vorab Stellung zu beziehen. Ardeo, der Zusammenschluss der Händler in der Innenstadt, hat jetzt Farbe bekannt.

Ardeo-Vorsitzender Dieter Gerlspeck stellt klar: „Die Ausdehnung des Gewerbegebietes Erding-West spüren wir längst. Es findet eine Abwanderung statt. Bei uns gehen die Umsätze ebenso zurück wie die Kundenfrequenz.“ Allen sei klar, so Gerlspeck: „Den Wettbewerb werden wir nicht über den Preis gewinnen.“

Der Sporthändler erklärt, die Einzelhändler begrüßten die neue Studie, die auch festlegt, welche Sortimente in-



An Frequenz der Passanten mangelt es der Erdinger Innenstadt nicht. Doch die Händler profitieren nicht von Bürgern, die die letzten Herbstsonnenstrahlen nur in einem der Cafés, so wie hier am Kleinen Platz, genießen.

FOTO: KAINDL

nenstadtrelevant sind und damit in den Gewerbegebieten nichts verloren haben. Gerlspeck hofft, „dass der Stadtrat das neue Papier häufiger und intensiver als Entscheidungsgrundlage etwa bei Bebauungsplanänderungen heranzieht als bisher“.

Der Ardeo-Chef erklärt, dass es unabdingbar sei, Abgrenzungen zu schaffen. „Wir scheuen nicht den Wettbe-

werb, wollen aber vor Verdrängung geschützt werden.“ So hätte Gerlspeck kein Problem damit, dass etwa Skistiefel oder Fußballschuhe in Erding-West verkauft werden. „Das ist ein Produkt, nach dem der Kunde gezielt sucht.“ Auf der anderen Seite müssten ähnliche Warengruppen, etwa Freizeit- oder Treckingsschuhe dem Zentrum vorbehalten bleiben. „Denn das

sind Produkte, die man eher kauft, weil man sie im Fenster gesehen und einen Kaufimpuls gespürt hat.“ Schädlich wäre es auch, wenn hüben wie drüben die gleichen Produkte angeboten würden. „Ich kann dem Kunden erklären, warum meine hochwertige Ware durch Beratung und Service teurer ist als die, die man sich beim Filialisten einfach aus dem Regal zieht.“

Hier hält es Gerlspeck sogar für möglich, „sich gegenseitig die Bälle zuzuspielen“.

Weiter erwartet sich Gerlspeck vom neuen Gutachten, wie viel Fläche in Erding-West schon heute für Innenstadtrelevantes zur Verfügung gestellt wird. Auch interessiert er sich für die Frequenz der Kundschaft sowie für den Wechsel zwischen Zentrum und Randlage. Ferner würde

Wetterpech

Der **Textil- und Sportartikelbranche** hat das Wetterjahr 2011 zugesetzt. Ardeo-Vorsitzender Dieter Gerlspeck berichtet: „Es ist so ziemlich **alles schief gelaufen**.“ Der Winter habe Anfang Januar eigentlich aufgehört. „Da kam **kaum noch Schnee**.“ Prompt hätten sich die Kunden bei Wintersachen und Wintersportartikeln zurückgehalten. Dann, erinnert sich Gerlspeck, sei der sehr **frühe Sommereinbruch** bereits im April gekommen. Damals seien aber zu wenig Kunden bereit gewesen, sich bereits mit Hochsommerlichem einzudecken. „Als dann endlich der **kalendrische Sommer** da war, wurde das Wetter schlecht.“ Die Ware habe wie Blei in den Regalen gelegen. Dann folgten September und Oktober, die für den Sommer entschädigten. Davon konnte man aber erneut kaum profitieren. „Wir hatten schon die Herbst- und Winterware ausliegen“, so Gerlspeck. ham

er gerne wissen, wie weit die Werbekreise der Filialisten reichen. „Dahinter steht für mich: Ernähren sich die Ketten von vorhandenen Kunden oder generieren sie neues Klientel?“

Große Hoffnungen setzt Gerlspeck in die zu erwartende rege Bautätigkeit im Osten der Stadt. „Das ist Kundschaft, die fußläufig in die Innenstadt kommen kann.“