



Bummeln mit Abstand: ein Einkauf in der Weilburger Altstadt.

Foto: Mika Beuster

„Niemand musste aufgeben“

Wolfgang Eck, Vorstandsvorsitzender der Wirtschafts-Werbung Weilburg, über die Lage der Unternehmen

WEILBURG. Kreativ gegen die Krise: Wolfgang Eck, Vorstandsvorsitzender der Wirtschafts-Werbung Weilburg (WWW), verrät im Interview, warum die Weilburger Wirtschaft die Pandemie bisher mit einem blauen Auge überstanden hat und spricht über Strategien, wie der lokale Handel auch Internet-Riesen wie Amazon Paroli bieten kann.

INTERVIEW

Herr Eck, wie ist die Lage der Weilburger Wirtschaft nach zwei Jahren Pandemie?

Man gewöhnt sich dran. Nein, Scherz beiseite: Wir erleben gerade die härteste Zeit seit Gründung der Wirtschafts-Werbung Weilburg vor 70 Jahren. Dennoch ist die Weilburger Wirtschaft trotz schwieriger Lage mit einem blauen Auge davongekommen, die staatlichen Unterstützungen haben geholfen. Und wir sind dankbar, dass viele Menschen den lokalen Unternehmen die Treue gehalten haben. Aber natürlich sind auch viele Veranstaltungen weggefallen, wie zum Beispiel der Weihnachtsmarkt. Durch die 2G-Regelung gab es im vergangenen Jahr auch einen Einbruch im Weihnachtsgeschäft. Den Umständen entsprechend sind die vergangenen zwei Jahre aus Sicht der Weilburger Wirtschaft aber noch gut verlau-

fen.

Gab es dennoch Unternehmen, die in dieser Zeit aufgeben mussten?

Es gab Teilschließungen oder Verkleinerungen, aber von unseren Mitgliedern musste kein Unternehmen aufgeben. Bestimmte Bereiche hatten natürlich mit großen Problemen zu kämpfen, etwa Hotels, die Gastronomie oder die Reisebranche. Gerade Restaurants mussten sich etwas einfallen lassen und haben vorbildliche Hygienekonzepte entwickelt. Das Weilburger Reisecenter hat seinen zweiten Standort am Rewe geschlossen und ist nun mit dem Büro am Marktplatz. Aber reihenweise Schließungen gab es zum Glück nicht.

Sehen Sie die Gefahr, dass sich die Tendenz der Kunden, im Internet auf Einkaufstour zu gehen, durch die Pandemie beschleunigt?

Beschleunigt hat sich diese Tendenz auf jeden Fall. Allerdings hat die Pandemie sowohl den Unternehmen als auch den Kunden, die Möglichkeit gegeben, den Umgang mit digitalen Angeboten zu lernen. Es gibt auch lokale Online-Shops, die Wirtschafts-Werbung Weilburg hat auf ihrer Homepage versucht, für Transparenz zu sorgen und diese Shops zu präsentieren. Bei Hermko kann man seine Unterwäsche nun beispielsweise online bestellen.



In einer Situation wie der aktuellen Pandemie entwickeln sich auch kreative Kräfte.

Wolfgang Eck, Vorstandsvorsitzender der Wirtschafts-Werbung Weilburg

Auch das neu gegründete Geschäft „Der kleine Lorbass“ für Baby- und Kindermode oder der Weltladen bieten Waren online an. Aber im stationären Handel, der von Laufkundschaft lebt, ist der Umsatz natürlich zurückgegangen.

Haben die lokalen Online-Angebote gegen die „amerikanischen Riesen“ eine Chance?

Wir müssen schnell liefern und die Möglichkeit bieten, Waren auch zurückzugeben. In der Weihnachtszeit haben wir von der WWW eine Logistik etabliert, die es ermöglicht hat, dass Kunden bis 15 Uhr bestellte Ware noch am selben Tag erhielten. Wir hatten dazu von einem Mitglied

einen Transporter bekommen und eine 450-Euro-Kraft angestellt. Auf Dauer war dieses Angebot leider nicht aufrechtzuerhalten, denn wir arbeiten bei der WWW ja auch ehrenamtlich. Das müsste jetzt als Business gegründet werden. Aber mit solchen Strategien kann man gegen Amazon bestehen. Grundsätzlich ist es natürlich immer einfacher, ortsnah einzukaufen, weil dann beispielsweise Reparaturen unproblematischer sind.

Insofern ist die Pandemie ja durchaus eine Chance für die Wirtschaft.

In der Tat entwickeln sich in so einer Situation auch kreative Kräfte. Geschäfte haben ihre Räumlichkeiten renoviert, Schuhmaxx ist umgezogen. Das Modegeschäft Horne bietet ein Paket an – Kunden bestellen verschiedene Produkte und wählen dann das aus, was ihnen wirklich passt. Das gab es vor der Pandemie so nicht. Auch die Lieferservices der Gastronomie sind eine gute Sache. Sie wurden in einem Maße ausgebaut, das früher so nicht absehbar war. Viele denken auch nachhaltiger und achten genauer auf ihre Verpackungen.

Nun will auch Hessen die 2G-Regeln kippen. Ein Schritt in die richtige Richtung?

Auf jeden Fall. Es war für uns nicht nachvollziehbar, dass man in einige Läden der Grundversorgung ohne ein G

gehen konnte, die normalen Einzelhändler nebenan aber an der Türe kontrollieren mussten, ob die Kunden geimpft oder genesen sind. Das war ein enormer Aufwand und auch lästig für alle. Und Hotspots waren die Einzelhändler nie.

Ich bin überzeugt, dass auch viele Geimpfte keine Lust hatten, sich in Kontrollschlangen zu stellen. Wir sollten die Menschen überzeugen, sich impfen zu lassen und nicht versuchen, indirekt Zwang auszuüben. Argumente gibt es genug. Die Daten zeigen, dass das Risiko eines schweren Krankheitsverlaufs mit Impfung drastisch reduziert ist.

Was erhofft sich die Weilburger Wirtschaft vom Jahr 2022?

Wir hoffen auf eine steigende Impfquote und dadurch auf weitere erleichternde Maßnahmen – auch für die Gastronomie. Es kann insgesamt nur aufwärtsgehen. Zum Glück ist Weilburg nur eine kleine Stadt, in der man nicht Wange an Wange durch die Einkaufsstraßen geht. Dadurch sind Hygienekonzepte gut umzusetzen. Deshalb sind wir optimistisch, dass es den Bürgern und Touristen bald wieder viel Spaß macht, durch unsere schöne Stadt zu schlendern. Wir freuen uns auf den Sommer.

Das Interview führte Henning Schenckenberg.