

# Laufstall hinter der Kasse

Quasi von Geburt an im Geschäft – in Familienunternehmen ist das keine Seltenheit. Oft wird der Nachwuchs mit in den Laden genommen, lernt dort laufen, sprechen und die Kunden kennen. Familienunternehmen, die das Erbe über Generationen weitergeben und weiterführen – für ihre Kunden sind sie Lebensbegleiter.

**D**as gilt auch für viele Fachgeschäfte in Hilden. „30 bis 40 Prozent der Geschäfte in der Innenstadt sind inhabergeführt“, berichtet Volker Hillebrand, Geschäftsführer der Stadtmarketing GmbH. Er sieht die großen Ketten mit ihren Flagshipstores wie Peek & Cloppenburg, Hennes & Mauritz, Intersport Borgmann und Esprit als Pflicht im Branchenmix. Die Kür allerdings sind die Familienunternehmen jenseits der Filialisten. „Sie sorgen für die Unterscheidbarkeit der Innenstädte und bringen Persönlichkeit durch individuelle Angebote“, weiß Hillebrand.

## Mit Hilden verbunden

Persönlich, individuell und mit dem Standort verbunden – diese Eigenschaften kann auch die Juwelier- und Uhr-

macher-Familie Trümpener für sich reklamieren. Tanja Trümpener leitet die Geschäfte in dritter Generation seit Anfang 2008. Nicht mal ein Jahr später wurde ihre Tochter Mia geboren – und war fortan fast jeden Tag mit im Laden. „Das war schon bei mir so, dass wir als Kinder immer mit dabei waren“, erzählt Helmut Trümpener. Sein Vater, Helmut Trümpener Senior, hatte vor einem Dreivierteljahrhundert den damals bereits 50 Jahre bestehenden Uhren- und Schmuckladen übernommen.

„1936 kam mein Vater aus Gelsenkirchen nach Hilden. Er hatte vorher bei Schalke 04 in der ersten Mannschaft gespielt“, erzählt Helmut Trümpener stolz. Selbstverständlich engagierte sich der Firmengründer auch in Hilden für den Rasensport, spielte für den VfB Hilden, zeigte sich aber auch in der Politik und

im Karneval, war 20 Jahre Obermeister der Uhrmacherinnung und in der Augenoptiker-Innung aktiv. Auch der Sohn, der die Geschäfte 1972 übernahm, unterstützte die Heimatstadt 20 Jahre im Stadtrat und im Fußball.

Mit Tanja Trümpener geht der Laden nun in eine neue Ära. Die Goldschmiedin, die 2001 für ihr Meisterstück zur Bundessiegerin gekürt wurde, präsentiert in modernen Geschäftsräumen ausgesuchte Marken wie Rodenstock, Ray Ban, Breitling und Prada, aber auch selbst kreierten Schmuck.

## Messbare Qualität

„Der gute Mix aus Filialisten und Familienunternehmen ist für Hilden sehr positiv“, sagt Volker Hillebrand. Das zeige sich unter anderem in den wirtschaftlichen Kennziffern wie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, die 2011 bei 338,7 Millionen Euro lag und Hilden einen Index von 114,4 beschert. Mit einem Umsatz von 376,6 Millionen Euro in 2011 kann sich der Einzelhandel über einen Index von 136,6 freuen. Die GfK GeoMarketing bescheinigte Hilden für das vergangene Jahr zudem eine Zentralitätskennziffer von 119,4. Wen wundert es da, dass Helmut Trümpener schon mehrfach lukrative Angebote bekommen hat, die ihm die Vermietung seines Ladens nahe gelegt haben. „Für mich kommt das nicht in Frage“, sei stets seine Antwort gewesen. Und jetzt seien sowieso seine Kinder Ina und Tanja an der Reihe, darüber zu entscheiden. ■



Die Hildener Innenstadt profitiert von zahlreichen inhabergeführten Geschäften wie dem von Tanja und Helmut Trümpener

**Stadtmarketing Hilden GmbH**

**Volker Hillebrand · Tel.: 021 03 / 91 03 44**

**Bismarckpassage 4 · 40721 Hilden**

**hillebrand@stadtmarketing-hilden.de**

**www.stadtmarketing-hilden.de**