

Virtuell bummeln, aber vor Ort kaufen

HILDEN Das Stadtmarketing bietet ein Programm, mit dem Kunden Geschäfte und deren Angebote schneller finden.

von Christoph Schmidt

Das Einkaufsangebot in Hilden ist so groß und verändert sich ständig, dass selbst Einzelhändler staunen, was es im Städtchen so alles gibt. Das Stadtmarketing hat deshalb ein Programm entwickelt, mit dem Kunden das Gesuchte schneller finden können nach dem Motto: Online informieren – vor Ort kaufen. Vorteil für die Einzelhändler: Sie können sich ihre Angebote kostenfrei im Internet präsentieren und ihre Auffindbarkeit deutlich verbessern. „Rund 120 Einträge gibt es bereits“, rühmt Stadtmarketing-Geschäftsführer Volker Hillebrand die Werbetrommel: „Jeder interessierte Händler kann sich entweder selber eintragen oder uns ein Fax schicken.“

Umfangreiche Recherche im Internet möglich

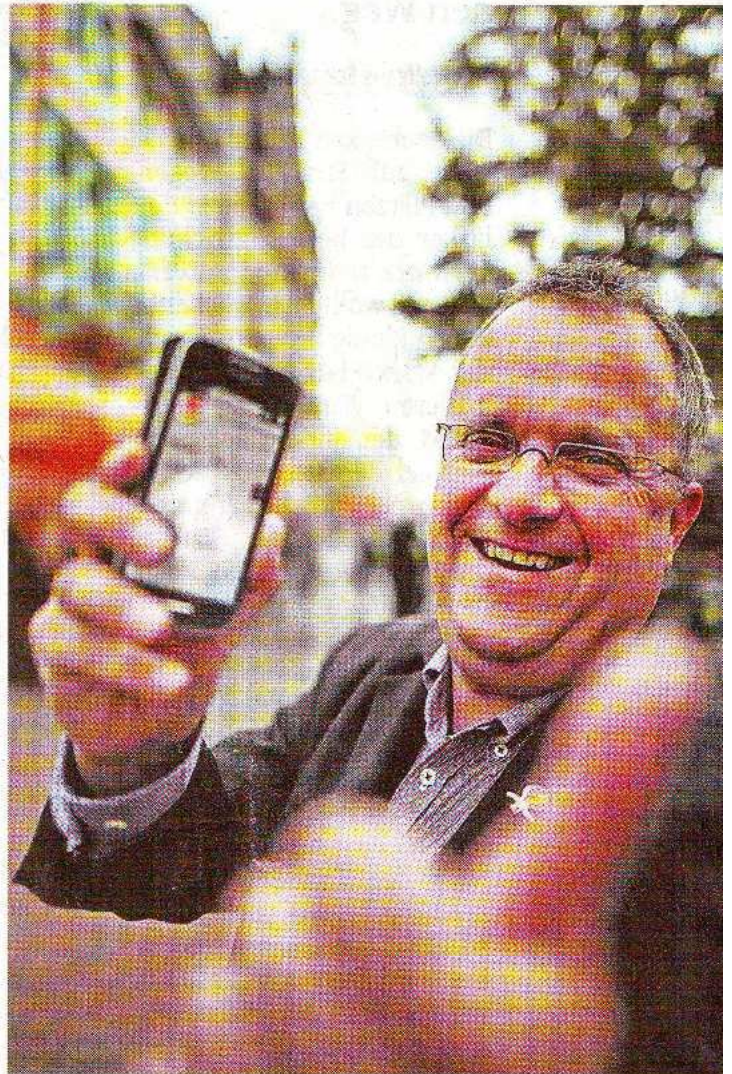
Gesucht werden kann nach Branchen (etwa Geschenke, Café, Blumen, Imbiss), nach Begriffen (Currywurst) oder nach Marken (WMF). Je detaillierter die Händler ihr Angebot benennen, um so eher werden sie gefunden. Die Treffer werden auf einem Stadtplan angezeigt und enthalten neben der Adresse auch die Öffnungszeiten. Das Angebot ist kostenfrei.

Das Programm ist keine App, erläutert er: „Das Programm läuft auf dem Smartphone, dem Tablet oder dem PC und deckt alle Anwendungsbereiche ab. Es wird ausschließlich über Browser aufgerufen. Wir wollten, dass es für jeden zugänglich ist.“

Händler finden das Programm sehr gut

Andrea Mettlicki, Mitinhaberin von SpielPlus (Warrington-Platz 25), ist begeistert: „Wir finden das Programm gut, weil so auch Geschäfte in den Nebenstraßen besser gefunden werden.“ „Die Idee ist super“, sagt auch Anja Schürg, Inhaberin von „Rund um die Küche“ in der Schulstraße.

Und wie gefällt Kunden die neue Internetseite? „Das ist eine gute Idee“, meint Alena Mattner (20): „Ich nutze viele Apps zum Einkaufen, etwa um den nächsten H&M zu finden.“ Auch ihre Freundin Valerie Hering (20) ist ganz angetan: „Ich kaufe schon viel in Hilden ein. Dann brauche ich künftig wohl gar nicht mehr nach Düsseldorf zu fahren.“ Besonders gut gefällt der jungen Frau auch, dass das Programm gerade keine App ist: „Da muss ich nicht meine Daten preisgeben.“



Stadtmarketing-Geschäftsführer Volker Hillebrand ist überzeugt, dass sein Programm eine gute Orientierung bietet. Foto: R. Matzera

KAUFKRAFT IM KREIS METTMANN

INDEX Der Zentralität-Index für den Einzelhandel 2014 gibt an, wie viel Kaufkraft eine Stadt zusätzlich ansaugt (über 100) oder an Nachbarstädte verliert (unter 100).

HILDEN 133 (2013: 127,8)

HAAN 100 (109,4)

LANGENFELD 108 (104,9)

MONHEIM 91 (86,9)

DÜSSELDORF 120 (121,1)

DEUTSCHLAND 100 (100)