

Umsätze der Schuhmeile zur Zeit sehr verhalten



Foto: Schuhmeile an einem Corona - Sonntag (ran)

HAUENSTEIN. Die einen hatten gehofft, dass der verkaufsoffene Sonntag der Schuhmeile einen Umsatzschub verpasst, die anderen hatten befürchtet, dass ein Massenansturm auf die Shopping-Meile einen Hotspot für Corona-Infektionen bedingen könnte. Freilich: Weder das eine, noch das andere trat ein. Der Massenandrang in den Geschäften blieb aus, die Umsätze entwickelten sich, so war überall zu hören, „sehr verhalten“.

„Verhalten“ - das war bei unserem Rundgang durch die Schuhgeschäfte gestern Nachmittag gegen 15 Uhr das am meisten verwendete Wort. Es beschreibt ziemlich genau das, was in den Geschäften zu sehen war: Nirgendwo drängten sich die Kunden, überall blieb ausreichend Platz, um das Social Distancing zu wahren, genau so, wie es ein Plakat in der SchuhCity formuliert hatte: „Hier finden Sie MIT ABSTAND den besten Style“.

Dass die Schuhkunden alles täten, um die verordneten Regeln einzuhalten, wurde überall bestätigt: „Die Kundschaft verhält sich sehr diszipliniert“, sagt Melanie Meurer, die Filialleiterin bei Schuh-Mühlentz, wo am Eingang wie in allen anderen Shops Desinfektionsmittel für die Kunden zur Verfügung steht. „Ab Montag werden alle Kunden als Geschenk eine Mund-Nasen-Schutzmaske erhalten“, sagt sie. Gestern trug nach ihrer Einschätzung „mehr als die Hälfte“ der Kunden die Atemmaske.

Mit dem Plakat „Wir freuen uns, wieder für Sie da sein zu dürfen“ werden die Kunden bei Schuh Hanß begrüßt. Ebenfalls auf Plakaten und Aushängen wird in allen Geschäften auch auf die einschlägigen Regeln hingewiesen. Und auch über die Höchstzahl der Kunden, die sich im Laden aufhalten dürfen, wird per Aushang

informiert. Und es wird gezählt: Beim Seibel-Outlet dürfen 60 Personen die Geschäftsräume betreten, kurz vor 15 Uhr zählt das Personal 35 Personen: „Wir können mit dem Besuch ganz zufrieden sein. Besser wäre es aber, wenn alle auch etwas kaufen würden“, wird der Geschäftsverlauf kommentiert, während vor dem Schuhladen ein Landwirt aus dem Rhein-Pfalz-Kreis lautstark „frische Spargel direkt vom Feld“ anpreist - und Kunden findet, die sich auch mit Pfälzer Erdbeeren eindecken.

Mike Marke, Geschäftsführer von SchuhMarke, berichtet derweil von einem „sehr, sehr schleppenden Geschäft“, das auch die vergangene Woche geprägt habe. Gerade in den großen Schuhhäusern des Filialisten, der an 23 Standorten präsent ist, wobei das Haus in Luxemburg noch geschlossen bleiben muss, laufe das Geschäft „deutlich unter den Erwartungen“. Etwas besser seien die Geschäfte im ländlichen Bereich wie in Hochspeyer, in Bad Bergzabern oder in Bous frequentiert. „Die große Konsumlaune ist noch nicht da“, konstatiert Mike Marke. „Es fehlen ja auch die Anlässe wie Feste und Feiern, bei denen man neues Schuhwerk tragen könnte“, sieht er einen Grund für die Zurückhaltung.

„Schuh Doc“ Patrik Burkhart beobachtet von dem erhöhten Standort bei „Schuh Merkel“ aus die wenig belebte Schuhmeile. Er vermutet, dass sich die Leute „wegen Corona noch nicht recht trauen“. Außerdem fehlten derzeit halt auch die Urlauber, die sich in der Vorderpfalz mit Wein und in Hauenstein mit Schuhen eindecken. Ähnliches stellt Rosi Fröhlich („Schuh Fröhlich“) fest. „Kein Vergleich zu normalen Zeiten! Es fehlen ja nicht nur die Urlauber, sondern auch die Kunden aus dem Elsass und aus Lothringen, es fehlt unsere Stammkundschaft und es fehlt auch die Laufkundschaft, die bei einer ‚normal‘ frequentierten Schuhmeile immer wieder ins Geschäft findet.“

Auf rund 30 Prozent taxieren Walter Hanß („Schuh Sam“) und andere Schuhhändler die Kundenfrequenz gegenüber dem „normalen“ Betrieb. „Mir geht’s gut, den Geschäften geht’s schlecht“, begrüßt „Sam“ ebenso launig wie herzlich Stammkunden aus Ludwigshafen. 50 Personen dürfte er einlassen: „Diese Zahl haben wir heute noch zu keinem Zeitpunkt auch nur annähernd erreicht“, berichtet er. Auch er registriert erfreut, dass sich die Kunden sehr diszipliniert an die gegebenen Regeln halten: „Die meisten nehmen Rücksicht und kommen mit Schutzmaske, obwohl ja noch keine Maskenpflicht besteht.“

Bei Ossi-Schuhe sprachen Uschi Maruska und Meta Vollmuth sogar von fast 80 Prozent „Maskenträgern“. Sie beobachten ein etwas verändertes Kaufverhaltens: „Die

Leute kaufen ganz gezielt und mit genauen Vorstellungen ein. Es fehlen spontane und modebewusste Käufer, die sich im Geschäft für einen Schuh entscheiden, weil beispielsweise die Farbe en vogue ist“, berichtet Uschi Maruska. Und sie erzählen auch dieses: Manche Kunden hätten sich darüber gefreut, dass „mal nicht so viel los ist und man sich in aller Ruhe umschauen kann“.

Bei Ossi treffen wir auch ein Ehepaar aus Zweibrücken, das mit dem Fahrrad zum Schuhkauf angereist ist. Ansonsten ist man mit dem Auto nach Hauenstein gekommen, durchaus auch aus einiger Entfernung: Auf den ansonsten rammelvollen, zu Corona-Zeiten aber nur mäßig belegten Parkplätzen parken Autos aus Stuttgart, Böblingen und Göppingen ebenso wie aus Homburg, Saarbrücken oder Wittlich. Die meisten Kennzeichen freilich weisen auf Kunden aus der Region hin. (ran)