

„E-Shop kann Kaufhäuser nicht völlig ersetzen“

Aber das Geschäft über das Internet macht beim Modeunternehmen Engelhorn bereits rund 15 Prozent des Gesamtumsatzes aus

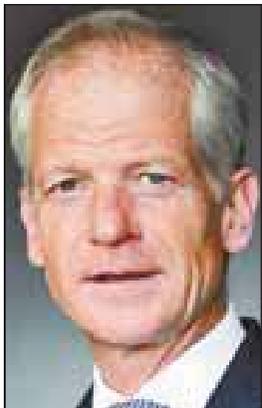
Von Harald Berlinghof

„Wir stellen die Firma Engelhorn auf zwei starke Säulen. Das sind einerseits unsere Filialen, vor allem unsere drei großen Häuser in der Mannheimer Innenstadt, aber andererseits auch der immer wichtiger werdende Online-Handel“. Fabian Engelhorn, Sohn des Einzelhandel-Tycoons Richard Engelhorn, gilt innerhalb der Führungsriege des Familienbetriebs mit 122-jähriger Tradition als derjenige, der dem Internetgeschäft des Unternehmens am nächsten steht. „Das Geschäft über das Internet macht inzwischen 15 Prozent unseres Gesamtumsatzes aus und es wird weiter wachsen“, ist sich Fabian Engelhorn sicher.

Bereits 2005 ist man bei Engelhorn ins Online-Geschäft eingestiegen und im gleichen Jahr noch hat man das bis dato als klassisches Lager genutzte Gebäude im Gewerbegebiet Neckarau zum Online-Vertriebszentrum gemacht. 460 Mitarbeiter nehmen dort die Bestellungen auf, die zum allergrößten Teil über den Engelhorn-Online-Shop dort auf-

gegeben werden, und machen die Waren versandfertig.

DHL wird dann am Morgen darüber informiert, was es abzuholen gilt. Bis am Nachmittag um 17.30 Uhr holen die gelben DHL-Lastwagen die gefüllten Container ab, damit die Päckchen und Pakete im „Nachtsprung“ in



Engelhorn-Geschäftsführer Andreas Hilgenstock.



Das bis zum Jahr 2005 als Lager genutzte Gebäude im Gewerbegebiet Neckarau ist mittlerweile zum Online-Vertriebszentrum des Modeunternehmens Engelhorn geworden. Fotos: vaf

ganz Deutschland verteilt werden können.

Geplant ist in absehbarer Zeit eine Zustellung noch am selben Tag im Bereich der Region Rhein-Neckar mit den drei Oberzentren Mannheim, Heidelberg, Ludwigshafen. „Wenn die Dame des Hauses für die überraschende Einladung am Abend noch ein neues Kleid braucht, soll das möglich sein“, betont Engelhorn.

Erst kürzlich hatte sein Cousin Andreas Hilgenstock über die Herausforderungen und Chancen des Online-Handels für ein alteingesessenes Einzelhandelsunternehmen wie Engelhorn gesprochen. Der klassische Einzelhandel steckt seiner Meinung nach in der Krise. Verantwortlich ist seiner Meinung nach der boo-

mende Internet-Handel. „Dort hat man die größte Auswahl, den besten Preisvergleich, die größte Ladenfläche, die gleichzeitig als Smartphone in jede Ho-



sentasche passt und Ladenöffnungszeiten sieben Mal die Woche rund um die Uhr“, führt er aus.

„Wir müssen uns ändern. Denn wenn der Kunde die Zukunft früher erreicht als

wir, dann sind wir automatisch Vergangenheit“.

Doch sowohl Engelhorn als auch Hilgenstock sind überzeugt, dass der E-Shop nie die Kaufhäuser völlig ersetzen kann. Der Einzelhandel müsse auf beide Karten setzen und die Vorteile des jeweiligen Vertriebsweges gleichzeitig nutzen. Denn das Internet habe auch Nachteile gegenüber den Läden. „Zumindest solange man im Internet nicht fühlen, riechen, wandeln und schmecken kann, werden die Kunden auch in unsere Häuser kommen“, betont Hilgenstock.

Und Engelhorn ergänzt: Um die Attraktivität der Innenstadt zu erhalten, müssen alle zusammenstehen, der Handel und die Kommunalpolitik.