

Architekt mit Auszeichnung

Christopher Naujoks ist Jahrgangsbester

DORSTEN. Nicht ohne Stolz schaut Rainer Thieken auf das Zeugnis seines ehemaligen Auszubildenden Christopher Naujoks. Als Jahrgangsbester hat der 25-jährige Holsterhausener seinen Bachelorabschluss im Architekturstudium abgeschlossen. Nach seinem Abitur bei den Dorstener Ursulinen machte er eine verkürzte Ausbildung zum Bauzeichner in dem Architektur- und Ingenieurbüro Thieken. Danach startete der junge Mann in Bochum mit seinem Studium. Von den anfänglich 140 Studienanfängern gehörte Christoph Naujoks zu den letzten sechs Absolventen. Darüber hinaus schaffte er es, in der Regelstudienzeit und als Jahrgangsbester fertig zu werden.

Stolze Lehrherren

Kein Wunder also, dass seine Lehrherren mit Stolz auf die Leistungen des Studenten blicken. „Wir freuen uns besonders darüber, dass er zum einen unser Eigengewächs ist, zum anderen, dass er sein Versprechen wirklich wahr machte und seinen Abschluss mit eigener Einser-Ansage verwirklichte“, so Rainer

Thieken. Geholfen hat dem Bachelor-Absolventen auch, dass die Firma ihm studienbegleitend zur Seite stand. „Es ist nicht nur das tolle Arbeitsklima, sondern ich strebe natürlich hier in der Firma weitere verantwortungsvolle Aufgaben an“, sagt der frisch gebackene Architekt selbstbewusst.

„Mich freut es besonders, dass wir hier bei uns so qualifizierten Nachwuchs haben, den wir natürlich auch weiter beschäftigen möchten und werden“, sagt Diplom-Ingenieur Bernfried Lammersmann. Nicht nur die Note ist für die Freude beim Statiker und Diplom-Ingenieuren Andreas Müller ausschlaggebend. „Durch Christoph Naujoks wird das Aufgabenfeld im Ingenieurbereich durch seine Qualifikation enorm bereichert“, so Andreas Müller.

Für Rainer Thieken ist das „Eigengewächs“ ein positiver Blick in die Zukunft: „Die Mitarbeitergewinnung findet immer mehr über eigene Ausbildung statt.“ *pebo*



Architekt Bernfried Lammersmann, Statiker Andreas Müller, Rainer Thieken und Christian Brinkmann (v.l.) freuen sich über den sehr guten Bachelor-Abschluss ihres ehemaligen Lehrlings Christopher Naujoks (M.).

RN-FOTO BOSSE

Türkei und Spanien vorn, Kreuzfahrten im Kommen

Beliebteste Reiseziele der Dorstener

DORSTEN. Zur Ferienzeit schwärmen zahlreiche Dorstener aus, um den Sommerurlaub fernab der Heimat zu verbringen. Beliebteste Reiseziele im Ausland sind wie schon in den Vorjahren die Türkei und Spanien, wie eine Nachfrage bei hiesigen Reisebüros ergab.

„Die Türkei ist der Renner“, sagt Sebastian Fularzik, Inhaber des Reisebüros Thomas Cook & Seahoi.com. Grund dafür sei unter anderem die weiterhin schwache Nachfrage für Reisen nach Ägypten, wo es zwar ähnliche All-Inclusive-Angebote gibt wie in der Türkei, die Touristen aber weiterhin skeptisch sind angesichts der politischen Lage im nordafrikanischen Land.

Auch Griechenland-Buchungen lassen weiterhin nach. „Dort ist es vergleichsweise teuer, wenn man mal auf die Angebote in der Türkei schaut“, erklärt Christiane Uhrig vom Reisebüro Hordtik. Traditionsgemäß sei Spanien und hier vor allem die Balearen-Insel Mallorca eine der beliebtesten Destinationen. Auch die Kanaren und Portugal gehören zu den Top-Reisezielen der Dorstener.

Über mangelnden Umsatz

können sich die Reisebüros derweil nicht beklagen. „Wir wissen momentan nicht, wo uns der Kopf steht“, sagt Michael Vospohl. Der Inhaber der gleichnamigen Reiseagentur nimmt diese Belastung angesichts zahlreicher Last-Minute-Buchungen aber gerne auf sich. Ähnlich sieht es auch bei Sebastian Fularzik aus, dem insbesondere der verregnete Juli und nun das Ende der Fußball-Weltmeisterschaft aus wirtschaftlicher Sicht entgegenkommen.

Neuer Trend

Weiterhin beliebtestes Reiseziel bleibt Deutschland. Ein neuer Trend sei zuletzt aber verstärkt aufgekommen. „Schiffsreisen und Kreuzfahrten haben deutlich zugenommen“, sagt Michael Vospohl. Großen Anteil daran habe das Angebot „Meinschiff“ von TUI, das weniger auf den Clubcharakter der Aida setzt und All-Inclusive-Verpflegung bietet. Christiane Uhrig kann eine Kreuzfahrt nur empfehlen: „Wer das einmal macht, bucht immer wieder.“ *min*

BLICKPUNKT ONLINE-HANDEL

Gutachter Michael Karutz warnt vor der wachsenden Konkurrenz

Dorstener Netz-Attacke

Örtliche Händler starten im Kampf um Kunden eine Gegenoffensive im Internet

DORSTEN. Der größte Feind steht nicht mehr vor den Stadttoren in der Metropole Ruhr, der Feind lauert im Netz. Bei der Schlacht um den Kunden sind Internet-Anbieter zur Hauptkonkurrenz des Dorstener Handels geworden. Doch die örtlichen Kaufleute sehen nicht tatenlos zu: Immer mehr starten eine Gegenoffensive und gehen selbst ins Netz.

Sie folgen damit auch dem Rat von Gutachter Michael Karutz, der trotz recht guter Werte bei den jüngsten Untersuchungen zur Kaufkraft-Bindung gemahnt hatte, dass die Dorstener Einzelhändler sich nicht auf ihren Lorbeeren ausruhen dürften. Um konkurrenzfähig zu bleiben, so Karutz, müsse man neue Wege gehen, um „die Kunden zu begeistern“.

Und einer dieser Wege führt direkt ins Internet. 2002 hatte der Online-Handel in Deutschland gerade mal 2,5 Millionen Euro Umsatz gemacht. 2012 waren es bereits 33 Milliarden und aktuelle Prognosen weisen darauf hin, dass die 50 Milliarden-Marke keine Utopie mehr bleiben wird.

Leidtragende sind die Großen ebenso wie die Kleinen. Der Rückzug der klassischen Kaufhäuser und die aktuelle Karstadt-Krise haben ebenso

„Man sollte das Internet als Chance begreifen und nicht als Feind.“

Nick Hutmacher

etwas mit dem Siegeszug des Online-Handels zu tun wie das Verschwinden kleiner inhabergeführter Läden wie beispielsweise des Pop-Shops an der St. Agatha-Kirche.

Klar, dass die Überlebenden sich nicht die Butter vom Brot nehmen lassen wollen. Große in Dorsten ansässige Ketten wie Douglas, Rossmann oder H & M sind schon lange in den Online-Handel eingestiegen. Aber auch alteingesessene örtliche Händler haben die Zeichen der Zeit nicht ver-



Viele Dorstener Firmen setzen inzwischen verstärkt auch auf den Online-Handel.

FOTO DPA

schlafen. Ein gutes Beispiel dafür ist das in der Recklinghäuser Straße ansässige Fachgeschäft Hutmacher. Seit gut fünf Jahren bietet Juniorchef Nick Hutmacher (Foto) in seinem Onlineshop www.tascheundweg.de Lederwaren, Reisegepäck und Accessoires namhafter Hersteller an. Mit Erfolg. „Wir sind mit der Entwicklung mehr als zufrieden und haben im letzten Jahr größere Räumlichkeiten mit ausreichend Lager- und Versandfläche im benachbarten Schermbeck bezogen“, sagt Nick Hutmacher. „Man sollte das Internet als Chance begreifen und nicht als Feind.“



So sieht es auch Uhrenhändler Jens Stuhldreier. Er betreibt gleich zwei Onlineshops, einen für Trend- & M (www.s3watch.de) und einen für Luxus-Uhren (www.s3watch-deluxe.de). Stuhldreier meint: „Wichtig beim Online-Versandhandel

ist für den Kunden die Bequemlichkeit und die Zeiterparnis, nicht so sehr der Preis. Das sehe man daran, dass die Uhren aus Dorsten selbst nach London, Rom oder Düsseldorf versandt werden, wo die gleichen Artikel auch in den örtlichen Geschäften zu bekommen wären.

Und was ist mit dem Risiko? „Angst vor Betrügern habe ich“, so Stuhldreier. Es komme darauf an, die wichtigsten Sicherheitsregeln zu beachten: „Bei Vorauskasse und versichertem Versandweg ist das Risiko überschaubar.“

Kamerashwenk auf eine andere Branche. Im Wettbewerb mit Amazon versuchen sich nicht nur Branchenriesen wie die Buchkaufhaus-Kette Thalia im Netz zu positionieren. Auch inhabergeführte Buchhandlungen wie König in der Lippestraße sind Online aktiv (www.koenig-dorsten.de). Michel Parrenin: „Man darf das Internet heute nicht mehr ignorieren, es ist ein wichtiger weiterer Vertriebsweg geworden.“

Das sehen auch Marion Pabst und Regina Schwan so,

die Betreiberinnen der Holsterhausener Buchhandlung schwarz-auf-weiß. Sie haben ihre Internet-Seite (www.bsaw.de) noch durch einen Blog ergänzt, wo im „Lesetagebuch“ Neuerscheinungen vorgestellt und be-

„Man darf das Internet heute nicht mehr ignorieren, es ist ein wichtiger weiterer Vertriebsweg geworden.“

Michel Parrenin

wertet werden (www.hedy-le.de).

Wer es nicht mit einem Buch, sondern durch die Blume sagen will, kann mittlerweile ebenfalls einen Online-Garten aufsuchen: Die Florawelt (www.florawelt.de) ist dort vertreten - selbst wenn noch kein Blütenduft aus dem Computer quillt.

Doch nicht nur Händler haben Internet-Filialen eröffnet, auch Dorstener Dienstleister sind im Netz vertreten. Wie Christian Herberhold, der mit seinem Unternehmen Leasing-Geschäfte vermittelt (www.lease-perfect.de). „Lief früher ein Großteil des Geschäftes über persönliche Kontakte, so suchen heute viele Unternehmen online nach einem Partner, der sie bei der Finanzierung ihrer Investitionen unterstützt“, erklärt Herberhold. Ein seriöses Auftreten im Netz sei das A und O, aber am Ende sei wieder der persönliche Kontakt entscheidend.

Auch der Vorsitzende der Interessengemeinschaft Altstadt ist seit langem im Netz zuhause. Thomas Hein kann dank www.intereventgmbh.de seine Dienstleistungen weit außerhalb der Stadtgrenzen vermarkten. „Über das Internet habe ich deutschlandweit Eislflächen in die Städte gebracht“, berichtet Hein, „das Event-Geschäft ist ohne eine professionelle Internetpräsenz heute nicht mehr vorstellbar.“

Klaus-D. Krause

KOMMENTAR

Gut gewappnet ins Online-Geschäft David gegen Goliath

Nein, die frischen Frühstücksbrötchen werden wir nicht im Internet bestellen. Auch einen Online-Haarschnitt stelle ich mir recht schwierig vor. Ansonsten sehen sich jedoch fast alle Einzelhandelssparten und Dienstleister zunehmendem Konkurrenzdruck aus dem Netz ausgesetzt.

Da ist es nur logisch, wenn Dorstener Händler ihrerseits virtuelle Zweigstellen eröffnen, ihren Kundenstamm auch online pflegen und versuchen, auf diese Weise neue Käufergruppen zu erreichen.

Allerdings sollte niemand die Erfolgsaussichten überschätzen. Denn einerseits bleibt der Kampf gegen Netzgiganten wie Amazon oder Zalando eine Auseinandersetzung wie die von David gegen Goliath. Und andererseits schielen viele Schnäppchenjä-

ger im Netz nach dem günstigsten Angebot: Und mit Spezialisten, die weder hohe Mietpreise in Fußgängerzonen noch geschultes Fachpersonal bezahlen müssen, kann kaum ein seriöser Ladenbesitzer Schritt halten, wenn er sich nicht ruinieren will.

Dennoch kann ein mit Pfiff gestalteter und gut gepflegter Online-Shop auch für den hiesigen Einzelhandel zum zweiten Standbein werden. Tragende Säule aber bleibt das Geschäft vor Ort, die gute Beratung und die Ware zum Anfassen. Und dass man zehn paar Schuhe anprobieren kann, bevor man sich für das elfte entscheidet, ohne dauernd Rücksendungen zum Paketdienst zu bringen, zeigt: Es gibt auch noch Servicebereiche, wo Online-Anbieter der Schuh drückt!

Klaus-Dieter Krause

Im Zahlungsverkehr klickt's

Sparkasse und Volksbank setzen aber auf persönliche Beratung

DORSTEN. Die beiden größten Geldinstitute Dorstens haben sich schon lange auf die Internet-Konkurrenz eingestellt: Online-Banking ist sowohl aus dem Angebotsspektrum der Sparkasse Vest wie der Volksbank Dorsten nicht mehr wegzudenken.



„Beim Zahlungsverkehr nutzen mittlerweile rund 90 Prozent unserer Geschäftskunden das Internet“, erläutert Dorstens Sparkassen-Chef Matthias Feller (Foto), welchen Stellenwert dieser Bereich mittlerweile erlangt hat. Auch viele Privatkunden der Sparkasse wickeln ihre Kontoführung inzwischen zuhause am Computer ab. Feller: „Das ist einfach bequem und spart Zeit und Wege.“

Dagegen seien Geschäftsbeispiele, bei denen es um komplexe Themen geht, nach wie vor hauptsächlich dem persönlichen Gespräch vorbehalten. „Für eine umfassende Anlageberatung oder eine Kreditfinanzierung ist es einfach sinnvoll, sich unter vier Augen ausgiebig zu besprechen“, so Feller, „dabei spielt Vertrauen eine große Rolle.“

Als dreist weist Feller die Forderung von Onlinebanken zurück, für ihre Kunden die kostenlose Nutzung von Sparkassen-Geldautomaten zu verlangen: „Wir haben die Kosten und die den Vorteil — so funktioniert das nicht.“ Für Fremdkunden seien Gebühren allein schon aus Wettbewerbsgründen unerlässlich.

Auch bei der Volksbank Dorsten wird das Onlineangebot stark genutzt. „Mit rund 1500 Besuchern pro Tag ist unsere Online-Filiale die meistbesuchte unserer Bank“,

erklärt Volksbank-Direktor Johannes Becker (Foto). Ca. 50 Prozent der Privatkunden erledigen ihren Zahlungsverkehr zumindest teilweise über das Netz, die Anzahl der Klicks steige kontinuierlich. Das Onlineangebot werde zwar zielstrebig ausgebaut, so Becker, aber:



„Bei aller Bedeutung, die wir ihm beimessen, sind wir der festen Überzeugung, dass die Präsenz und die fachlich gute Beratung vor Ort so nicht ersetzt werden kann.“

Große Resonanz finde der Internet-Shop der Volksbank. Der Ticket-Verkauf laufe sehr gut, allein für den Kultursommer wurden so bereits 600 Karten verkauft. Neuerdings werden auch Ipad-Hüllen, Taschen etc. angeboten. *kdk*