

IN KÜRZE

Züge zu 20 bis 25 Prozent ausgelastet

Berlin. Lage im Zugverkehr laut Deutscher Bahn ruhig: Die Auslastung der Züge habe gestern wie an den Vortagen bei 20 bis 25 Prozent gelegen, sagte eine Sprecherin. Für die Zeit bis 27. Dezember sind 100 Sonderzüge angekündigt – wegen Corona doppelt so viele wie normalerweise an Weihnachten.

Anzeige



Cederic Gollbach
Standortleiter
Lübeck/Hamburg

Unsere aktuellen Angebote und Gesuche finden Sie im Immobilienportal dieser Zeitung.

www.von-wulfing-immobilien.de

Färøer: Tunnel mit Unterwasser-Kreisel

Kopenhagen. Größtes Infrastrukturprojekt im Nordatlantik: Auf den Färøer-Inseln wurde ein mehr als zehn Kilometer langer Unterwassertunnel mit unterirdischem Kreisverkehr eröffnet. Er verbindet die Hauptstadt Tórshavn mit der Insel Eysturoy und ist seit gestern für den Verkehr freigegeben.

Mittelstand fürchtet viele Insolvenzen

Berlin. Der Bundesverband mittelständische Wirtschaft kritisiert, die staatliche Unterstützung komme für viele Unternehmen zu spät. Viele Klein- und Mittelbetriebe stünden kurz vor der Insolvenz. Die Bundesagentur für Arbeit sieht dagegen noch keine Insolvenzwelle auf Deutschland zurollen.

Nike: Online-Boom in Coronakrise

Beaverton. Der weltgrößte Sportartikelhersteller Nike profitiert in der Pandemie weiter von boomenden Verkäufen im Internet. Im zweiten Geschäftsquartal bis Ende November legte der Nettogewinn im Jahresvergleich um zwölf Prozent auf 1,3 Milliarden Dollar (1,1 Milliarden Euro) zu.

Mit Instagram im Kontakt zu Kunden

Immer mehr Lübecker Einzelhändler nutzen das Online-Schaufenster in Zeiten des Lockdowns

Von Timm Lewerenz

Lübeck. Den lokalen Händler unterstützen oder online shoppen? Was wie ein Gegensatz klingt, ist oft gar keiner. Immer mehr kleinere Unternehmen investieren in einen Online-Shop, der in Zeiten des Lockdowns umso wichtiger geworden ist. Doch wie gewinnt man auf dem digitalen Marktplatz neue Kunden und wie bindet man die alten? Hier kommen soziale Medien wie Instagram und Facebook ins Spiel.

Ganz gleich, ob es sich um Kaffeerösterei, Schokoladen-Manufaktur oder Edelstein-Juwelier handelt – jede Ware benötigt ein Schaufenster, um angeboten und bestaunt zu werden. In Zeiten, in denen die Geschäfte nur begrenzt geöffnet sein können, bieten soziale Medien eine „attraktive Ergänzung“, erklärt Can Özren, Pressesprecher der IHK Lübeck.

Beliebtes Netzwerk der quadratischen Bilder

Dabei bietet jedes Portal seine eigenen Vor- und Nachteile: Facebook ermöglicht die schriftliche Erläuterung auch von komplizierteren Dienstleistungen, während Instagram fast ausschließlich mittels visueller Reize wirkt. „Je erklärungsbedürftiger das Produkt ist, umso weniger ist es für Instagram geeignet“, erläutert Johannes Ripken vom Fachverband Digitale Wirtschaft Schleswig-Holstein Clustermanagement (DiWiSH).

Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass Produkte, die vor allem von der sinnlichen Erfahrung leben, durchaus gewinnbringend über Instagram vermarktet werden können. Und insbesondere im Corona-Jahr 2020 wenden sich daher auch vermehrt die Kleinunternehmer aus den Lübecker Rippenstraßen dem Netzwerk der quadratischen Bilder zu.

Nico Erhardt, Geschäftsführer des Schwartauer Beratungsunternehmens Service-und-Media-Online-Werbung, konnte von diesem Trend besonders profitieren. „Insbesondere in der zweiten Lockdown-Phase hatten wir eine erhöhte Nachfrage nach Social-Media-Betreuung“, berichtet Erhardt, der mit



Die Lübecker Huxstraße hat eine eigene Seite beim sozialen Netzwerk Instagram.

FOTO: LUTZ ROEBLER

seiner Firma seit drei Jahren den Instagram-Auftritt der Huxstraßen-Gemeinschaft (@die_huexstrasse) betreut. Erhardt erläutert, dass Instagram auf vor allem zwei Wegen gewinnbringend verwendet werden kann: Entweder man legt selbst ein Profil an oder man schaltet Werbeanzeigen, die je nach Affinität des Instagram-Nutzers ausgespielt werden. Algorithmen ermöglichen, dass die potenziellen Kunden ihr „individuelles Schaufenster“ angezeigt bekommt, erklärt Erhardt.

So nützlich dieses Werkzeug für den Händler zweifellos ist, für den Verbraucher zeigt sich hier die Ambivalenz der vermeintlich kostenlosen sozialen Medien. In Wirklichkeit „bezahlen wir als Nutzer mit unseren Daten und unserem Verhalten, die dann wirtschaftlich nutzbar gemacht werden“, erzählt Erhardt.

Wer seine Stammkunden auch während des Lockdowns auf dem

Laufenden halten möchte, hat mit Instagram die ideale Plattform. Schwieriger ist es, über die sozialen Netzwerke neue Kunden zu erreichen. „Social Media ist eher ein Kundenbindungs- statt Kundengewinnungsinstrument“, stellt Nico Erhardt fest. Doch wie zwei Schmuckherstellerinnen aus der Altstadt zeigen, kann es durchaus auch gelingen, seine Kundenschaft über Instagram zu erweitern.

Lübecker Goldschmiedin auch auf Instagram

Yvonne Sterly ist Goldschmiedemeisterin und betreibt seit über 20 Jahren einen Schmuckladen an der Obertrave. Sie hatte schon länger geplant, sich ganz auf ihren Online-Shop zu konzentrieren und wollte ihr stationäres Geschäft ab Heiligabend endgültig schließen. Der harte Lockdown setzte nun ein früheres Datum. Auf Instagram ist sie seit zwei Jahren mit ihrem Profil

„muscheliges“ präsent, auf dem sie selbst gemachten Muschelschmuck präsentiert und zum Kauf anbietet. Mit dabei: die fotogene „Reisemuschel“, die gerne auch mal vor dem Eiffelturm posiert.

Werkstattarbeit, Online-Handel, Pflege des Instagram-Auftritts: Sterlys Rastlosigkeit zahlt sich aus. Über treue Stammkunden kann sie sich genauso freuen wie über „neue Kunden“, die sie insbesondere über Instagram gewinnt.

Ähnlich geht es einer jungen Kleinunternehmerin aus der Dr.-Julius-Leber-Straße. Isabelle Schnack alias „isabella_alchemilla“ hat eine Reichweite von über 4000 Followern, die sie täglich mit Bildern und persönlichen Beiträgen zu Themen wie Spiritualität und Achtsamkeit versorgt.

Seit Februar 2019 führt die 26-Jährige ihren Online-Shop „Magical Market“, in dem sie vor allem Heilstein-Schmuck aus Eigenanfer-

Support your Local: Jetzt mitmachen!

Auch im Lockdown können Sie Ihrem Lieblingsladen helfen, die schwierige Zeit zu überstehen. Viele Geschäfte haben sich neue Angebote überlegt. Oft kann man die Speisen oder Produkte an der Eingangstür abholen – und mit Abstand bezahlen. Wir zeigen Ihnen, welche Angebote es in Lübeck und den umliegenden Kreisen gibt. Unter www.hilfsportal.online/ln/ registrieren sich viele Gastronomiebetriebe, die Sie mit Ihrem Besuch/Einkauf unterstützen können. Einige Restaurants verkaufen jetzt auch Gutscheine, die die Kunden in besseren Zeiten einlösen können. Andere stellen einen Lieferservice auf die Beine. Wenn Sie einen Betrieb haben und sich kostenlos auf unserer Plattform [supportyourlocal](http://www.hilfsportal.online/ln/eintrag-hinzufuegen/) registrieren wollen, nutzen Sie bitte diesen Link: <https://www.hilfsportal.online/ln/eintrag-hinzufuegen/> Falls Sie sich bereits eingetragen haben und den Eintrag verändern möchten, schreiben Sie uns bitte eine E-Mail: machmit@LN-luebeck.de Gemeinsam werden wir die kostbare Infrastruktur unserer Innenstädte unterstützen – support your local! *tir*

ting verkauft. Der Shop sei ihr „Herzsanliegen“ und Instagram biete ihr die Möglichkeit, den „Magical Market“ effektiv zu bewerben. Mit einigem Erfolg: Seit dem ersten Lockdown habe sich der Verkauf verdreifacht, schätzt die Unternehmerin.

Ob zur Kundenbindung oder zur Kundengewinnung, ob zur Bewerbung des eigenen Online-Shops oder als digitales Schaufenster des stationären Handels: Instagram und Co. bieten den lokalen Händlern große Möglichkeiten. Das Risiko der Abhängigkeit ist dabei jedoch ebenso ein Hinterkopf zu behalten wie der Daten-Handel, von dem die sozialen Medien leben.

Wer sich hiervon nicht abschrecken lässt und sein Unternehmen um einen digitalen Auftritt erweitern möchte, dem sagt Nico Erhardt: „Der Zug der Social Media rollt schon. Doch es kann noch aufgesprungen werden.“

Service für Firmen von Kiel bis Lübeck

UV Ostholstein-Plön informiert und berät Firmen

Schwentinental. Ob Solo-Selbstständige oder Betriebe mit 150 Mitarbeitern: Wer zwischen Kiel und Lübeck eine Firma führt, kann sich an den Unternehmensverband (UV) Ostholstein-Plön wenden. Der Verband versteht sich als Interessenvertretung für die Firmen in den beiden großen Flächenkreisen. „Für uns steht im Mittelpunkt, durch Dienstleistung und Service zu überzeugen. Vom Kleinstunternehmen bis zur großen Firma kann jeder zu uns kommen“, sagt Geschäftsführer Hannes Wendroth. Information und Beratung sei der Schwerpunkt der Arbeit. Als gutes Argument, Mitglied im UV Ostholstein-Plön zu werden, sieht er den neuen Internet-Auftritt des Verbandes. Wir versuchen, immer auf Ballhöhe mit den aktuellsten Corona-Zahlen und -Beschlüssen zu sein“, sagt Wendroth. Wenn es wichtige Neuigkeiten für Unternehmen gibt, stellt er sie gleich auf der Internetseite ein.

Vorsitzende des UV Ostholstein-Plön ist Lydia Bahn, Unternehmerin in Schwentinental bei Kiel. Sie ist Chef von Assono, das mittlerweile 25 Mitarbeiter zählt und sich seit einigen Jahren auf das Thema Künstliche Intelligenz (KI) spezialisiert hat. „Wir stellen uns die Frage: Wie können wir KI in Business-Lösungen bringen?“, sagt sie. Für ihre Entwicklungen mit Assono hat Lydia Bahn bereits Wirtschaftsprize gewonnen und Delegationen der Landesregierung auf Reisen ins Silicon Valley in den USA, nach China und nach Estland begleitet. Am 12. März, unmittelbar vor dem ersten Corona-Lockdown, wurde sie an die Spitze des Verbandes gewählt.

„Es ist wichtig, dass wir eine Plattform haben, auf der wir uns austauschen können“, sagt sie. Ihr Motto: „Global denken, lokal handeln.“

Der UV Ostholstein-Plön, der zum Unternehmensverband Hamburg/Schleswig-Holstein (UV Nord) gehört, hat zurzeit 340 Mitglieder mit insgesamt 15 000 Arbeitsplätzen – und würde sich freuen, wenn weitere hinzukämen. Man wolle ein „lebendiges Forum für Dialog, Meinungsbildung und Vernetzung“ sein, biete Diskussionen und zum Beispiel den Stammtisch für Unternehmerinnen. „Wir haben drei große Ziele: Wirtschaftlicher Erfolg für die Unternehmen, das Wohlergehen der Menschen und die Weiterentwicklung der Region zwischen Kiel und Lübeck“, sagt Wendroth. „Uns liegt sehr daran, dass es gerade in dieser schwierigen Phase durch Corona möglichst wenig Verlierer gibt.“ Und wenn man den Fehmarnbeltunnel wolle, müsse man alles dafür tun, dass die Menschen in der Region gut damit leben können. *C. Risch*



Lydia Bahn, die Vorsitzende des UV Ostholstein-Plön, und Geschäftsführer Hannes Wendroth. FOTO: C. RISCH

SCHLESWIG-HOLSTEIN HILFT HELFEN SIE MIT!

RSH HILFT HELFEN

Die Stiftung für Schleswig-Holstein



Lasse hat mit seinen vier Jahren schon einiges durchgemacht. Wegen eines Tumors musste ihm eine Niere entfernt werden und die anschließende Chemotherapie hat ihm mächtig zugesetzt. Aber Lasse ist ein aufgeweckter kleiner Mann. Er interessiert sich für große Trecker und will unbedingt einmal in einem mitfahren. Diesen Herzenswunsch hat ihm das Team DoppelPASS erfüllt. Lasse durfte sogar selbst ans Steuer – und das hat ihn richtig glücklich gemacht.

Das Team DoppelPASS erfüllt die Herzenswünsche krebserkrankter Kinder aus Schleswig-Holstein und unterstützt betroffene Familien. Entstanden aus einer Holsteiner Fußballmannschaft ist der Verein ein großartiges Beispiel für das ehrenamtliche Engagement bei uns im Land.

Die R.SH hilft helfen-Stiftung unterstützt in diesem Winter das Team DoppelPASS. Mit Ihrer Spende helfen Sie dem Verein bei seiner wichtigen Arbeit – und vielen weiteren gemeinnützigen Projekten bei uns in Schleswig-Holstein. Wir sagen schon jetzt herzlichen Dank!

CSN

Ihr Carsten Köthe und das gesamte Team von R.SH

Mit freundlicher Unterstützung der
Volksbanken Raiffeisenbanken

Konto: R.SH hilft helfen-Stiftung
VR Bank Nord eG
IBAN: DE34 2176 3542 0001 2000 03
BIC: GENODEF1BDS

Zusammen sind wir Schleswig-Holstein

Alle Infos zur Stiftung auf www.RSH-hilft-helfen.de