

Onlineshopping: Lokaler Einzelhandel im Internet

Von Marco Müller

Immer mehr Städte versuchen, auf Onlineportalen ihre Einzelhändler gemeinsam zu vermarkten. So bieten Plattformen wie "HierBeiDir.com" Onlineshopping ausschließlich bei lokalen Händlern – Lieferung per Kurier inklusive. Wie funktionieren die neuen Portale und was habe ich als Kunde davon?



Das ist selten. Da ruft man bei der Wirtschaftsförderung einer Stadt an, um über die Erfahrungen eines laufenden Projekts zu sprechen, und die Antwort lautet: "Wir haben keine Zeit für die Presse und brauchen keine überregionale Aufmerksamkeit mehr. Es läuft sehr gut." So die Aussage von Christiane ten Eicken von der Wirtschaftsförderung Wuppertal zu dem Projekt "Online City Wuppertal".

Gestartet ist das Projekt vor über einem Jahr. Auf einer gemeinsamen Internetplattform bieten lokale Wuppertaler Geschäfte ihre Produkte an. Der Kunde kann online bestellen und sich die Produkte nach Hause liefern lassen. Er kann sich aber auch online über die Produkte und deren Verfügbarkeit informieren und sie dann im Geschäft – also offline – kaufen. Dafür gibt es auch einen Fachterminus: ROPO. Das steht für "Research Online, Purchase Offline", also im Netz recherchieren, im Geschäft kaufen.



Offline-Werbung für Online-Einkauf im Offline-Shop, der auch online ist

Ab ins Netz - aber wie?

Seit vergangenen November bietet nun mit Attendorn eine weitere Stadt in Nordrhein-Westfalen auf demselben Plattformbetreiber "atalanda.com" ihren Geschäften eine Online-Heimat. Für eine Bilanz ist es noch zu früh, aber Kristin Meyer von der 25.000-Einwohner-Stadt Attendorn, die für das Projekt zuständig ist, sagt, dass sie häufiger von dem Aha-Effekt höre – also von Kunden, die nach Online-Recherche zum Händler sagen: "Toll. Ich wusste gar nicht, dass Du solche Produkte hast." Als nächste Stadt in NRW soll übrigens ab Mai Dortmund auf der Plattform präsent sein.

Der Grund, dass immer mehr Städte virtuelle Marktplätze einrichten, ist klar: Der Online-Handel nimmt den Geschäften in den Städten Umsatz weg und Städte wie Geschäftsleute suchen nach Mitteln gegen die Umsatzerosion. Also ab ins Netz. Wie man sich dort allerdings aufstellt, darüber gibt es unterschiedliche Ansichten.

Mönchengladbach nutzt Ebay



Fabian Hoff von der Wirtschaftsförderung Mönchengladbach

Mönchengladbach geht einen anderen Weg als Wuppertal und Attendorn. Dort hat die Wirtschaftsförderung Mönchengladbach GmbH zusammen mit dem eWeb Research Center der Hochschule Niederrhein von Anfang 2014 bis Mitte 2015 eine Erhebung gemacht um herauszufinden, was der Handel tun muss, um mehr Umsatz zu generieren. "Eine der Handlungsempfehlungen war, dass lokale Händler Zugang zu einer großen Handelsplattform haben sollten", erklärt Fabian Hoff von der Wirtschaftsförderung Mönchengladbach GmbH. Und so ging man auf Ebay zu und startete Anfang Oktober 2015 das Projekt "Mönchengladbach bei Ebay".

Auf der eigenen Seite Mönchengladbachs bei Ebay bieten rund 70 Händler mehr als 200.000 Produkte an. Wie das Projekt gelaufen ist, dazu wird es im kommenden Sommer eine Erhebung geben. Die 100-Tage-Bilanz sieht so aus: 32.000 verkaufte Artikel und mehr als eine Million Euro Umsatz. Die Händler, die recht viele – nämlich um die 450 Produkte – in ihrem Shop haben, werden aufs Jahr hochgerechnet rund 90.000 Euro zusätzlichen Umsatz machen, so die Wirtschaftsförderung.

Plattform für Händler aus diversen Städten



Marvin Agenda von "HierBeiDir.com"

Ein paar Geschäftsinhaber aus Mönchengladbach sind übrigens auch bei "HierBeiDir.com" vertreten. Hier können sich Händler aus allen Städten anmelden und ihre Produkte anbieten. Die Anzahl der Händler und Produkte schwankt zwischen den Städten gewaltig. So bieten Geschäfte aus Mönchengladbach 277 Produkte an, aus Essen nur neun. In Düsseldorf, der Heimatstadt des Startup-Unternehmens, werden die meisten Produkte angeboten: 1453.

"HierBeiDir.com" stellt die lokale Komponente in den Vordergrund. Zwar kann man sich bei den einzelnen Geschäften die gewünschten Produkte deutschlandweit per Paket meist für 2,90 Euro nach Hause schicken lassen, "der Grundgedanke ist aber, Produkte in unmittelbarer Umgebung zu finden", erklärt Marvin Agenda von "HierBeiDir.com". So kann man, wenn man in der gleichen Stadt wohnt, sich die Artikel für in der Regel 4,90 Euro auch innerhalb von zwei Stunden per Fahrradkurier anliefern lassen. Oder man bestellt und bezahlt sie online und holt sie dann ohne Bargeld in dem jeweiligen Geschäft ab.

Bedeutet offline irgendwann kundenlos?



Handelsexperte Professor Gerrit Heinemann

Es gibt nicht das eine Geschäftsmodell für die lokalen Händler in Netz. Wichtig ist, dass die lokalen Händler überhaupt ins Netz gehen. "Der lokale Handel muss digitalisieren. Anders

geht es nicht", ist Einzelhandelsexperte Professor Gerrit Heinemann von der Hochschule Niederrhein, die am Mönchengladbacher Projekt beteiligt ist, überzeugt. Aber: "Die meisten lokalen Händler haben eine Digital-Allergie", sagt Heinemann, und ergänzt: "Dort werden wir irgendwann Sterbehilfe leisten müssen."

Während viele Händler also noch ihre digitalen Hausaufgaben zu machen haben, können sich die Kunden freuen. "Für den Kunden wird das Einkaufen immer einfacher – und auf keinen Fall teurer", ist der Einzelhandelsexperte überzeugt. Der Kunde scheint also immer mehr zum König zu werden.

Stand: 03.02.2016, 12.33 Uhr

Quelle: <http://www1.wdr.de/themen/verbraucher/themen/digital/online-handel-100.html>