

<http://www.derwesten.de/staedte/nachrichten-aus-attendorn-und-finnentrop/guter-start-fuer-das-attendorner-webkaufhaus-id11661773.html>

Internet

Guter Start für das Attendorner Webkaufhaus

17.03.2016 | 18:08 Uhr



Das Attendorner Webkaufhaus hat einen guten Start hingelegt. 173 000 Besucher informierten sich, die Zahl der Käufer ist bisher überschaubar. Foto: Peter Plugge

173 000 Besucher blieben durchschnittlich vier Minuten auf der Seite. Weitere Attraktivierung wird vorbereitet.

Eine durchaus positive Bilanz der ersten gut vier Monate, nachdem das Attendorner Webkaufhaus an den Start gegangen ist, zogen jetzt Vertreter der Stadtmarketing der Hansestadt und der teilnehmenden Einzelhändler.

Insbesondere im Vergleich mit den beiden Städten Wolfenbüttel und Göttingen, die nahezu zeitgleich Anfang November bei Atalanda an den Start gegangen seien, könne man sich sehen lassen, so Kristin Meyer vom Stadtmarketing. In Attendorn mit seinen 25 000 Einwohnern verzeichnet man seit dem Start am 2. November 173 000 Seitenaufrufe, während das mehr als doppelt so große Wolfenbüttel 83 000 Besuche seiner „Online City“ verlautbart.

Im Vergleich mit Göttingen, das offiziell keine Zahlen veröffentlicht habe, liege man ebenfalls gut. Auch die Verweildauer von durchschnittlich vier Minuten sei für eine Internseite gut. Meyers Fazit: „Da kann man schon ein wenig stolz sein“.

In den vergangenen Monaten habe sich herausgestellt, dass das Attendorner Webkaufhaus mehr eine Schaufenster-Funktion habe als dem Einkaufen diene. Die Nutzer informierten sich zunächst im Internet, was es in Attendorn alles gebe, bevor sie ins Geschäft gingen.

Dieser Effekt könnte sich in den kommenden Monaten bei den vielen Baustellen in der Stadt noch verstärken. Die Zahl der direkt via Atalanda getätigten Einkäufe liege immer noch erst im zweistelligen Bereich, wobei etwa 60 Prozent der Einkäufer die Ware dann selber in einem der 34 beteiligten Einzelhandelsgeschäften abgeholt hätten, während rund 40 Prozent den Lieferservice genutzt hätten.

Weitere Aufwertung

In den nächsten Wochen wolle man den Fokus weiter auf die Schaufenster-Funktion legen und sich während einer halbjährigen Testphase des „zusätzlichen Tools“ kaufnah.net bedienen. Mit dieser Suchmaschine findet man über die derzeit rund 4 000 im Attendorner Webshop präsentierten Produkte hinaus weitere Dinge, die Attendorner Händler anbieten, etwa auf ihrer eigenen Homepage.

Weiterhin soll die Zahl der Webshop-Produkte erhöht werden. Etwa, indem man Warenwirtschaftssysteme über eine digitale Schnittstelle mit dem Webshop verknüpft. Aber auch über neue Teilnehmer. „Im Bereich Elektronikartikel wird sich etwas tun“, so Meyer.

Und um die über 8 000 täglich nach Attendorf einpendelnden Arbeitnehmer besser zu erreichen, soll eine zweite Auslieferungszeit von 14.30 bis 16 Uhr für bis 13 Uhr eingegangene Bestellungen eingeführt werden.

Peter Plugge