

Adresse zur Seite: <https://www.wp.de/staedte/kreis-olpe/auf-der-suche-nach-loesungen-id210035993.html>

## **Auf der Suche nach Lösungen**

24.03.2017

**ATTENDORN.** Die Hansestadt Attendorn ist eine von 27 Kommunen, die sich an dem Projekt „Einzelhandelslabor Südwestfalen“ beteiligen. Das Labor unterstützt stationäre Einzelhändler bei der Digitalisierung. Eine Hilfestellung, die nach Lage der Dinge sinnvoll ist, denn die Bilanz des bisherigen Vorzeigeprojekt „Attendorner Webkaufhaus“ fällt gemischt aus.

Die Hansestadt Attendorn ist eine von 27 Kommunen, die sich an dem Projekt „Einzelhandelslabor Südwestfalen“ beteiligen. Das Labor unterstützt stationäre Einzelhändler bei der Digitalisierung. Eine Hilfestellung, die nach Lage der Dinge sinnvoll ist, denn die Bilanz des bisherigen Vorzeigeprojekt „Attendorner Webkaufhaus“ fällt gemischt aus.

„Wir haben“ sagt Kristin Meyer von der Stabsstelle Stadtteilmanagement und Demografie, „mit dem Webkaufhaus viel Erfahrung gesammelt und registrieren regelmäßig Besuche und Bestellungen, aber retten wird das Webkaufhaus niemanden.“

Im November werde man entscheiden, wie es mit dem Webkaufhaus weitergeht. Hilfestellung bei der Entscheidungsfindung könnte das Einzelhandelslabor Südwestfalen leisten: „Durch die Teilnahme gewinnen wir neue Impulse“, ist Kristin Meyer sicher.

Dass bei der Digitalisierung keine schnellen und einfachen Antworten gefunden werden, ist kein Attendorner Problem: „Der mittelständische, inhabergeführte Einzelhandel hat in weiten Teilen noch kein probates Mittel gefunden, sich in diesem neuen Wettbewerbsumfeld zu orientieren. Oft fehlen Zeit und Wissen, neue Vertriebskonzepte zu entwickeln, in die auch das Internet integriert ist“, erläutert Thomas Frye, Handelsexperte die IHK Arnsberg. „Der Großteil der Kunden kauft Vertriebskanal übergreifend, fast 40 Prozent der stationären Einkäufe geht laut einer ECC-Studie mittlerweile eine Online-Information voraus.“ Bei den jungen Smartphone-Nutzern (zwischen 16 und 25 Jahren) sind es laut Frye sogar 54,7 Prozent, die sich vor ihrem Einkauf im Geschäft in Online-Shops informieren.

### **Der Kunde kauft selektiv**

Die Mehrheit der Konsumenten kauft selektiv – mal online, mal in stationären Geschäften. Für die einzelnen Phasen des Einkaufes nutzen Kunden PC, Tablet, Smartphone oder das Ladenlokal in unvorhersehbarer Art und Weise, immer abhängig von der Situation, dem Kaufanlass oder dem Produkt. Diesem Cross-Channel-Informations- und Kaufprozess müssen die Einzelhändler mit einer auf ihr Geschäftsmodell abgestimmten Strategie begegnen, so Frye, um die Kunden mit Hilfe des Internets in die Geschäfte zu locken.

Im Einzelhandelslabor gehe es darum in einer Analysephase das Kundenverhalten im Ladenlokal und den Digitalisierungsgrad der Einzelhändler in Südwestfalen untersuchen und daraus resultierende Handlungsempfehlungen aufzuzeigen.