

„Den Einzelhandel mit Regionalität, E-Commerce und persönlichem Kontakt neu beleben“ ist das Thema unserer heutigen Veranstaltung.



Der Handel steht mächtig unter Druck. Die Onlinekonkurrenz nimmt täglich ein Stück vom Umsatz weg und Corona hat diesen Absatzkanal noch befeuert.

Mit der Veranstaltung in Rhede wurden Lösungsansätze aufgezeigt, die bei Umsetzung, Wettbewerbsvorteile schaffen. Dabei bringen qualifizierte Mitarbeitende und eine kundenfreundliche Kommunikation, eine hohe Kundenverbundenheit und ein

gemeinsamer Onlineshop als WEBkaufhaus zusätzliche Umsätze. Diese Vorgehensweise ist für den stationären Handel überlebenswichtig.

Kunden gewinnen, überzeugen und halten benötigt neue Strategien, Denk und Verhaltensweisen.

In Zusammenarbeit mit Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing und VWG haben wir Lösungsansätze besprochen, die zeitnah umgesetzt werden können. Die Befragung der Teilnehmenden hat eine positive Stimmung und Beteiligung aufgezeigt. Jetzt



gilt es, in persönlichen Gesprächen mit den Interessenten, die Umsetzung richtig anzugehen.

Für den stationären Handel wird die Onlinesichtbarkeit und ein Onlineshop auf Dauer unverzichtbar. Ein eigener Onlineshop kostet jedoch Zeit und Investition. Da die Vorgehensweise in einem Businessplan bereits dargestellt und kalkuliert wurde, können wir jetzt die definierte Vorgehensweise und

Zielsetzung konkret angehen. Das unterscheidet uns von den vielen kostenlosen Plattformen, die nachweislich wenig bekannt sind und kaum Umsätze zur Folge haben.

Damit schaffen wir zusätzlich zum stationären Handel mehr Sichtbarkeit und neue Absatzkanäle.

Kunden kaufen damit mehr lokal statt global, der Handel wird gestärkt, das Geld bleibt in der Region und davon profitieren alle Beteiligten. Das Ziel gelingt gemeinsam, mit vielen Beteiligten, einem guten Sortiment und persönlichem Service. Das sind Wettbewerbsvorteile gegenüber anderen Shopanbietern.

Die Frage, warum Kunden stationär kaufen,





wurde von 29 Personen mit 87 Einträgen beantwortet. Je häufiger ein gleicher Eintrag erfolgt, desto größer wird der Begriff angezeigt.

- › Beratung – Service -Persönlich(er) Kontakt - ausprobieren, anfassen – Nähe

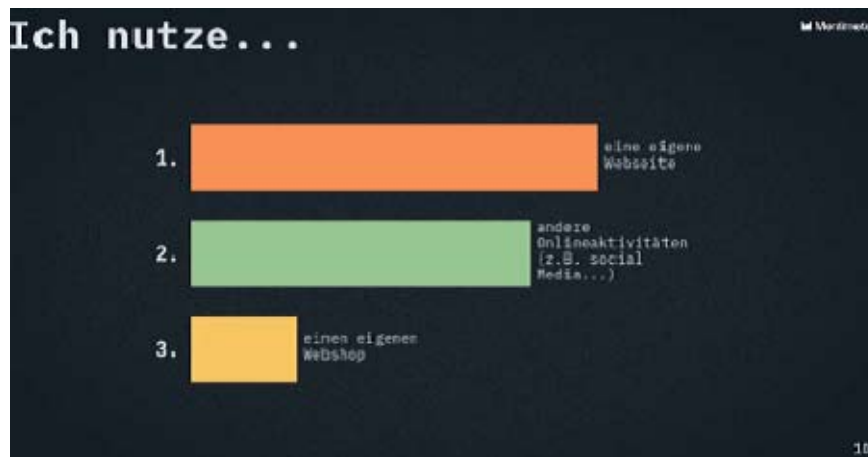
sind die meistgenannten Begriffe.

Darüber hinaus erhalten Händler und Mitarbeitende Unterstützung in der Kundenansprache, im kundenfreundlichen Verhalten und neuen Strategien, die den Einkauf vor Ort im Laden erhöhen. Denn stationär anbieten und im lokalen Umfeld online handeln, schaffen die von vielen gewünschte, emotionale Verbundenheit. Jetzt ist der richtige Zeitpunkt für die Umsetzung.

Die Befragung der Teilnehmenden bezüglich ihrer bisherigen Onlineaktivitäten zeigt, dass viele eine eigene Website besitzen, jedoch keinen eigenen Onlineshop. Dieser lohnt sich auch nicht für jedes Unternehmen, denn der Aufwand ist nicht zu unterschätzen. In der Gemeinschaft lassen sich Aufwand und Kosten teilen. Dass ist ein



enormer Vorteil gerade für Kleinunternehmen. Ohne Onlineshop wird es auf Dauer jedoch schwer, den notwendigen Umsatz zu erzielen..



Geringe Einstiegskosten ohne eigenen Onlineshop sind ein weiterer Vorteil des gemeinsamen Systems. Beteiligte Händler profitieren von der Abholung und Belieferung des Kunden,

werden persönlich betreut, beraten und unterstützt und gewinnen damit ihre Kunden im lokalen Umfeld. Denn auch Stammkunden genießen diesen Service. Weitere Möglichkeiten der Nutzung für Dienstleister, Gastronomen und andere Anbieter sind möglich und werden sukzessive genutzt.

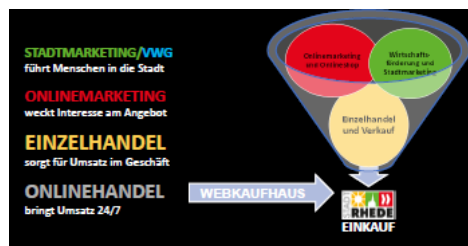
Mit dem WIR erreichen wir die emotionale Verbundenheit. Es gibt genügend Beispiele dafür. Auch hier äußerte das Publikum, dass das WIR verstärkt werden kann und das Konkurrenzdenken im lokalen Umfeld ein Ende finden muss. Denn die Konkurrenz ist nicht mehr im Nahbereich, sondern es sind die großen Onlineanbieter, die Umsatz wegnehmen. Deren Entwicklung ist weiterhin zweistellig und kostet





jeden Tag tausenden Kleinunternehmen Umsatz. Deshalb braucht das gemeinsame WEBkaufhaus auch eine aktive Vermarktung, die im Businessplan berücksichtigt wurde. Erst wenn die Bevölkerung die Plattform kennt, bei der Suche im Internet darauf aufmerksam wird, bestellen Sie auch darüber. Ansonsten wird bei der Recherche im Internet auch schnell ein anderer Anbieter berücksichtigt und der verlorene Umsatz kommt nicht beim lokalen Händler an. Haben sich Kunden einmal an die Vorzüge des Onlinebestellens gewöhnt. Gehen sie noch seltener in die Geschäfte.

Den Einzelhändlern stehen Fördermittel zur Verfügung. Aktuell gibt es ein Programm, das die Digitalisierung unterstützt und sowohl Beratungsleistungen als auch Hardware und Softwarekosten berücksichtigt. Vom Kassensystem über Warenwirtschaft bis zum Onlineshop, Marketingaktivitäten oder auch Beteiligung an einem WEBkaufhaus... wir prüfen sorgfältig den Bedarf und



unterstützen die Antragsteller bei der Beantragung.

Eine Gemeinschaft aus Stadtmarketing, Wirtschaftsförderung, VWG, Onlinemarketing, Einzelhandel und Onlinehandel ergibt neue und erweiterte Chancen. Jetzt gilt es die Beteiligten zusammen zu bringen und die Strategie, planerisch, sinnvoll umzusetzen. Weniger Bürokratie und mehr Unternehmergeist ist jetzt gefragt.

Von 5 zu erreichenden Punkten, haben 23 Teilnehmer im Durchschnitt

- › die Chance eines gemeinsamen WEBkaufhauses mit 3,8 eingeschätzt das sind 76 %
- › ein Interesse an der Beteiligung mit 2,9 bekundet, das sind 58 %
- › und weniger interessiert waren 1,4, das sind 28 %

WIR - WEBkaufhaus in Rhede



Die ersten Anfragen sind bereits eingegangen, jetzt setzen wir uns mit jedem Interessenten in Verbindung und klären sowohl die Beteiligung,

als auch Unterstützungsleistungen.

Wenn nicht jetzt, wann dann?

Wir bringen Kunden, Händler und Sponsoren zusammen, gehen gemeinsam die vereinbarten Ziele an, verbünden das WIR und stärken somit den lokalen Handel.

Mit besten Grüßen

Stefan Geukes

