

Smartphone erfindet Handel neu

Wirtschaftswissenschaftler und Online-Experte gab Kaufleuten aus der Region Tipps und Warnungen

Irgendwann wird der deutsche Verbraucher auch Lebensmittel zunehmend im Internet kaufen, prognostiziert Professor Gerrit Heinemann. Er sagt, dass der Handel nur überlebensfähig ist, wenn er auch mobil erreichbar ist.

Fortsetzung von Seite 1
von Anna Ntemiris

Marburg. „Beratungsdiebe“: So nennen Verkäufer Kunden, die sich im Laden kostenfrei beraten lassen, ihren Einkauf dann aber im Online-Handel abschließen. Das geht gar nicht, meint Professor Gerrit Heinemann. Der Wirtschaftswissenschaftler der Hochschule Niederrhein kritisiert nicht die Kunden, sondern die Geschäftsleute. Sie haben noch nicht erkannt, dass „das Smartphone den Handel neu erfindet“.

Kunden, die in Geschäften ihr Smartphone zücken, um sich Preisvergleiche im Internet einzuholen oder um Produkte abzufotografieren, sind laut Heinemann immer noch Kunden – und als solche wie Könige zu behandeln. Der Experte für Online-Handel aus Mönchengladbach sprach am Dienstagabend vor mehr als 100 Wirtschaftsvertretern, darunter auch zahl-



Professor Gerrit Heinemann (vorne links) sprach in Marburg über das veränderte Einkaufsverhalten vor mehr als 100 Gästen des Arbeitskreises für Kommunalfragen (AfK). Foto: Michael Hoffsteter

reiche Gewerbetreibende, die der Arbeitskreis für Kommunalfragen (AfK) in die Räume der Sparkasse eingeladen hatte. Heinemann erklärte, dass jedes Geschäft, das seine Zukunft sichern wolle, seine Waren auch online anbieten müsste. Der Kunde, der ein Geschäft betritt, möchte vorher wissen, ob das gewünschte Produkt verfügbar ist und dies gegebenenfalls reservieren, sagte Heinemann und berief sich dabei auf aktu-

elle Studien. Verfügbarkeit sei Kunden bei bestimmte Waren wichtiger als der Preis. Szenarien, die der Ökonom aufzeigte: Am liebsten sei es dem Kunden, wenn er im Internet seinen Warenkorb zusammenstellen könne und die gewünschte Ware vom lokalen Händler gegen 21 Uhr – nach dem Abendessen – nach Hause geliefert werde. Der Wachstum im Online-Handel werde dazu führen, dass Klein- und mittelgroße Städte verlie-

ren, „wenn nichts getan wird“, so Heinemann. Er rät den Kommunen zur Stärkung des lokalen Handels, leerstehende Ladenflächen zur Umnutzung freizugeben. Flexible Öffnungszeiten und schnelle Lieferzeiten seien ebenso wichtig, um im Wettbewerbsdruck mitzuhalten. Ein traditioneller Bekleidungsanbieter sollte auch auf Eigenmarken setzen und stets frische Ware, also wechselnde Kollektionen, im Verkauf haben, „um

nicht langweilig zu werden“, so Heinemann. Er stellte ein Pilotprojekt aus Mönchengladbach vor. Dort haben unter anderem Einzelhändler, Wirtschaftsförderung, die Hochschule Niederrhein und der Online-Marktplatz eBay gemeinsam „Mönchengladbach bei eBay“ ins Leben gerufen – mit Erfolg, so Heinemann. Das Projekt verbindet den lokalen Einzelhandel mit dem Einkaufen im Internet. Durch eine Kooperation mit eBay können Ladeninhaber ihr Sortiment neben den bisherigen Vertriebskanälen auch auf dem Online-Marktplatz anbieten. Bestellte Artikel können beim Anbieter vor Ort abgeholt oder nach Hause geliefert werden. Das Attraktive, weil lukrative: Neben dem lokalen Käuferpotenzial bestehe für die kleinen und großen regionalen Geschäfte – von der Apotheke bis zum Möbelhaus – auch die Möglichkeit, die insgesamt 17 Millionen deutschen eBay-Nutzer als Kunden zu gewinnen.

Die Zahlen zeigen aber, dass die Händler in Deutschland noch einen langen Weg vor sich haben: Von derzeit rund 300 000 Händlern in Deutschland sind laut Handelsverband rund 70 Prozent noch nicht im Internet-handel aktiv. Das Verhalten der Kunden aber verändert sich rasant. Irgendwann werden auch Lebensmittel zunehmend im Internet vorbestellt oder gekauft, ist sich Heinemann sicher.

Studenten als Chance für die Einzelhändler

OP-Kurzinterview mit dem E-Commerce-Experten Professor Gerrit Heinemann

von Anna Ntemiris

OP: Sie sagen, viele klein- und mittelgroße Städte sollten sich nicht Einkaufsstadt nennen und werden in den nächsten Jahren an Gewerbe verlieren. Ist Marburg eine Einkaufsstadt?

Professor Gerrit Heinemann: Ja, Marburg hat eine hohe Zentralität. Die Stadt ist deswegen quasi ein Oberzentrum. Marburg hat Voraussetzungen, die nur wenige Städte zu bieten haben.

OP: Wirklich? Welche sind dies?

Heinemann: Marburg ist eine attraktive, alte und zugleich junge Stadt mit vielen Studenten und hat damit Chancen, die andere Städte nicht haben.

OP: Viele Einzelhändler haben Studenten aber nicht als Kundenschaft – oder zumindest nicht entdeckt.

Heinemann: Man müsste auch diese Zielgruppe verstärkt ansprechen. Das geht eben mit digitalen Medien. Wenn man ei-

nen Teil der Studenten damit erreicht, ist das besser als gar nichts.

OP: Könnten die Marburger Einzelhändler denn überhaupt allein ein Modell wie in Mönchengladbach starten? Dort bieten fast alle Läden ihre Waren auch bei Ebay an und profitieren davon.

Heinemann: Alleine geht immer, aber gemeinsam ist einfacher. Da kann die Wirtschaftsförderung von Stadt und Land-

kreis mithelfen. In Mönchengladbach hatte die Stadt einen Mitarbeiter der Wirtschaftsförderung mit dem Projekt beauftragt. Außerdem ist eine wissenschaftliche Begleitung erforderlich, hier könnte die Universität mitbeteiligt werden.

**4 Fragen
Antworten**



Professor Gerrit Heinemann von der Hochschule Niederrhein. Privatfoto