

E-Commerce und Emmas Enkel

Online-Strategie referierte zum Handel

LIPPSTADT. ■ Was wäre das für eine Welt, in der man den Lebensmittel-Einkauf eben während der Arbeit am Computer oder unterwegs per Smartphone zusammenstellt und das Gekaufte später zuhause vor der Haustür steht. Eine Zukunftsvision? Nein, solche Konzepte existieren – etwa beim Düsseldorfer Online-Supermarkt „Emmas Enkel“. Das Konzept stellte der kaufmännische Analyst Marcus Diekmann im Cartec ebenso vor wie weitere Beispiele aus seiner Sicht funktionierende Systeme wie das Multichanneling einer Modekette, aber auch ein aus seiner Sicht wenig ansprechendes Stadtportal. Damit so etwas attraktiv sei, müssten sich viele Händler einbringen und mit echten Angeboten der Woche in die Läden locken.

Chancen und Risiken des E-Commerce: Dazu war Marcus Diekmann von der SPD-Stadtverbandsvorsitzenden Marlies Stotz und

2007 von 407 Mio. Euro auf zuletzt 386 Mio. Euro. Auch die Passantenfrequenz ist tendenziell rückläufig – wobei Kundenbefragungen aber auch zeigten, dass die Innenstadt durchaus attraktiv für Besucher sei. Und es werde viel getan zur Erhaltung eines attraktiven Erscheinungsbilds, dem restriktiven Schutz der Innenstadtfunktion. Matching zwischen interessierten Händlern und Leerständen sowie der Ausarbeitung eines neuen Einzelhandelskonzepts – das solle auch den Onlinehandel und dessen Auswirkungen einbeziehen.

Der Online-Strategie Diekmann zeigte auf: Das stationäre Einkaufen sei für viele Menschen keine reine Bedarfsdeckung mehr, sondern sie wollten ein Einkaufserlebnis. Mit kostenfreien Parkplätzen, Spielmöglichkeiten für Kinder und vernünftiger Gastronomie könnten Innenstädte aufgewertet werden. Zudem



Hans-Joachim Kayser, Marcus Diekmann, Marlies Stotz und Ingo Lübben machen sich Gedanken über die Zukunft des Einzelhandels in Lippstadts Innenstadt. ■ Foto: Rinsche

dem Fraktionsvorsitzenden Hans-Joachim Kayser als Referent ins Cartec eingeladen worden. Lippstadts Wirtschaftsförderer Dr. Ingo Lübben gab anhand Daten der GfK bzw. IHK einen Überblick über die aktuelle Situation des Einzelhandels in der Lippstädter Innenstadt: Geld sei vorhanden, es werde aber zunehmend andernorts oder in anderen Kanälen ausgegeben – die für den Einzelhandel relevante Kaufkraft liege demnach bei 369,8 Mio. Euro, der Umsatz sank jedoch seit

müssten Schulungen her, die dem Einzelhandel dabei helfen, ihr Konzept der Zeit anzupassen. Um neben großen Filialisten zu bestehen, müsse der Einzelhandel sich zunehmend spezialisieren und stärker mit dem Internet arbeiten. Dabei sollten nicht weiter die Kunden, die lieber im Internet kaufen, dafür verantwortlich gemacht werden, dass es dem Handel schlecht gehe. Im Internet kaufen auch nur Menschen, die den besten Preis und die größte Auswahl wollen. ■ m