



Im Austausch über Stadt, Handel und Internet: Roman Heibold (Atalanda), Wolfgang Altmann (Info-Verlag), Matthias Prüller (Imakommakademie), Klaus Drissner (Reichert Mode, Nagold), Oberbürgermeister Gert Hager, der Geschäftsführende PZ-Verleger Thomas Satinsky, Handelsverbandspräsident Horst Lenk, Regionalverbandsdirektor Dirk Büscher und Einzelhändler Jörg Augenstein (von links). FOTO: SEIBEL

Zeit zu handeln

- Diskussion im PZ-Forum über Herausforderung des Handels durchs Internet.
- Expertenrunde tauscht sich über Chancen und Risiken aus.

STEFAN DWORSCHAK | PFORZHEIM

Die Frage, wie der stationäre Einzelhandel auf die Herausforderung durch das Internet reagieren soll, stellt sich seit Jahren. Eine allgemeingültige Antwort ist auch nach der jüngsten Diskussion im PZ-Forum nicht gefunden – doch spannende Ansätze, Ideen und Perspektiven bot die Veranstaltung des Regionalverbands Nordschwarzwald und der Imakommakademie für Marketing und Kommunalentwicklung allemal.

Etwa, über welche Stellschrauben Handel und Innenstädte verfügen, um Kunden an sich zu binden, die immer seltener bummeln gehen würden, so Matthias Prüller. Der Imakomm-Geschäftsführer betonte die Bedeutung von Faktoren wie Einkauf als Erlebnis, Ansprache der Sinne, Service, die Kombination on-/offline sowie die Qualitäten des Personals – entsprechende Öffnungszeiten, Auswahl und Transparenz gälten als selbstverständlich. Es ist also Zeit zu handeln – nicht nur für die Händler, sondern auch, was die kommunalen Rahmenbedingungen angeht. Das war das Thema der Einführung von Oberbürgermeister Gert Hager, der die Stadt etwa in Sachen Atmosphäre in der Pflicht sieht und an die Konkurrenz von Bretten bis Ettlingen oder Leonberg erinnerte.

Doch selbst dort, wo die Attraktivität stimmt, bleiben die Konkurrenten Amazon und Co. Eine mög-

liche Antwort auf den Online-Riesen stellte Roman Heibold vor. Der Gründer des Start-ups Atalanda berichtete vom zunächst erfolgreichen Versuch, lokale Händler per gemeinsamer Internetplattform zu platzieren. Auch in Wuppertal sah er sich erneut vor dem Scheitern – die Internetkäufe seien ausgeblieben. Doch die teilnehmenden Händler waren überzeugt. „Wir haben neue Kunden im Geschäft“, habe er zu hören bekommen, erinnerte sich der Betriebswirt und verwies auf den sogenannten Ropo-Effekt: „Research online, purchase offline“, was so viel bedeutet wie „im Internet nachschauen, im Laden kaufen“. Das datenbankbasier-

„
„Wir können kein zweites Amazon sein, sondern müssen unsere Stärken nutzen.“

Wolfgang Altmann, Geschäftsführer des Info-Verlags

te System von Atalanda, das heute unter anderem auch in Heilbronn und Göppingen genutzt wird, soll die Vorteile von Online-Handel und Ladengeschäft kombinieren.

Die Bedeutung der Sichtbarkeit im Internet hob auch Handelsverbandspräsident Horst Lenk in der von PZ-Verleger Thomas Satinsky moderierten Podiumsdiskussion hervor – und begrüßte das Projekt lokalschatz.de, mit dem der zum PZ-Medienhaus gehörende Info-Verlag und dessen Agentur Büro12 den regionalen Einzelhändlern künftig eine gemeinsame Bühne bieten werden. Geschäftsführer Wolfgang Altmann kündigte an, das gesamte PZ-Haus, das sich als

„Partner des lokalen Handels“ präsentiert, werde diesen „mit aller medialen Macht“ unterstützen.

Das passte dazu, dass in der Diskussion lokale Stärken im Mittelpunkt standen. Der Brötzingener Einzelhändler Jörg Augenstein hob das gut geschulte Personal hervor. Seinem Kollegen aus dem als Positivbeispiel angeführten Nagold, Klaus Drissner, war der Zusammenhalt in der Unternehmerschaft wichtig. „Wir sind uns schon in sehr vielen Fragen einig“, sagte er sicherlich zur Freude des im Publikum sitzenden Ex-Rathauschefs Rainer Prewo.

Der Ruf nach Zusammenarbeit angesichts der Online-Herausforderung war es dann auch, den Regionalverbandsdirektor Dirk Büscher in seinem Schlusswort als Leitmotiv identifizierte. „Man muss gemeinsam handeln“, sagte der Mann, der Pforzheims Erster Bürgermeister werden will.