

Online und offline Präsenz zeigen

Quakenbrücker Einzelhandel strebt virtuelle Einkaufsmeile an

In den kommenden 15 Monaten sollen sich alle Geschäfte und Dienstleister in der Stadt Quakenbrück professionell im Internet präsentieren. Geplant ist außerdem eine Übersichtseite im Internet. Ihr Arbeitstitel: www.quakenbrueck24.de.

Von Christian Geers

QUAKENBRÜCK. „Innenstadt für alle – #online“ – mit einem Konzept unter diesem Titel hatten die Initiative Quakenbrück (IQ) und die Stabsstelle Wirtschaftsförderung in der Stadtverwaltung die Jury des vom Landkreis Osnabrück initiierten Wettbewerbs „Zukunftsfonds Ortskernentwicklung 3.0“ bereits überzeugt.

In einer Auftaktveranstaltung im Rathaus appellierten Stadt, Landkreis, das Beratungsbüro Convent Mensing und Wirtschaftsförderungsgesellschaft Osnabrück (Wigos) an die Kaufmannschaft, das Internet sowie die Chancen und Möglichkeiten des Onlinehandels für sich zu nutzen. Das Mindeste sei heutzutage, auf der Plattform einer Suchmaschine mit korrekten und umfassenden Informationen präsent zu sein. Jedes Geschäft und jede Dienstleistung benötige „ein Gesicht im World Wide Web“.

Zukunftsfonds hilft

Ein bewährtes Instrument bei der Umsetzung und damit bei dem Ziel, die Innenstadt als Einkaufsstandort nachhaltig zu stärken, sei der Zukunftsfonds Ortskernentwicklung. Arndt Hausschild vom Landkreis Osnabrück und Klaus Mensing vom Hamburger Beratungsbüro Convent Mensing wiesen auf die Förderung durch Landkreis (40 Prozent), Stadt (30 Prozent) und Privatanteil (30 Prozent) hin. Mit 16 800 Euro unterstützt der Kreis das Vorhaben.

„Seien Sie online präsent und stärken Sie offline Ihre Kompetenzen“, sagte Mensing. Gemeint war damit, die klassischen Qualitäten zu pflegen, also ein Auge auf eine qualitativ hochwertige und persönliche Beratung, auf guten Service und auf das Einkaufserlebnis zu haben, das Kunden nach wie vor be-



Stellten das Projekt „Innenstadt für alle – #online“ vor (von links): Falk Hassenpflug (IHK), Eckhard Wiebrock (Wigos), Arndt Hauschild (Landkreis Osnabrück), Katharina Vater (Stabsstelle Wirtschaftsförderung), Klaus Mensing (Büro Convent Mensing), Claus Peter Poppe (Stadtdirektor).

Foto: Christian Geers

KOMMENTAR

Die Chance ergreifen

Wirtschaftsförderung und Kaufmannschaft haben sich in Quakenbrück ein ziemlich ehrgeiziges Ziel gesetzt: Bis Ende 2017 wollen sie einen virtuellen Marktplatz geschaffen haben, auf dem sich Einzelhandel und Dienstleister nicht nur öffentlichkeitswirksam präsentieren, sondern dem Kunden, der gerade über die Internetseite surft, ihre Waren und Produkte anbieten und den Kauf per Mausklick perfekt machen. Große Internetkaufhäuser machen es vor.

Wer den Online- und den Offlinehandel miteinander vergleicht, erkennt, dass beide ähnlich funktionieren. Ein schlecht beleuchtetes und wenig attraktiv gestal-



Von
Christian
Geers

tetes Schaufenster ist eben kein Hingucker und schreckt potenzielle Kunden eher ab. So geschieht es auch im Internet: Wer ein Fachgeschäft sucht, dann aber per Suchmaschine auf einen unvollständigen Firmeneintrag stößt, wird bestimmt kein zweites Mal vorbeischaun.

Es ist richtig, dass das Quakenbrücker Projekt Online- und Offlinehandel gleichzeitig betrachtet und miteinander zu verknüpfen versucht. Für manche Verbraucher mag der Rund-

um-die-Uhr-Einkauf ja reizvoll sein, aber was ist das schon gegen eine qualifizierte Beratung im Fachgeschäft? Und es ist Erfolg versprechend, wenn sich Kaufmannschaft und Stadt zusammenschließen: Schließlich profitieren beide von einer attraktiven virtuellen wie realen Einkaufsmeile.

Dass sich das Konsumverhalten der Kunden mit dem Internet massiv geändert hat, müssen sie hinnehmen. Der Versuch, den Kunden umzuerziehen, wäre reine Zeitverschwendung. Die Chance liegt darin, sich dem Kunden anzupassen.

c.geers@bersenbruecker-kreisblatt.de

vorzuzugten. „Genau das kann das Internet eben nicht bieten“, so der Berater. Die Quakenbrücker Kaufmannschaft solle gar nicht erst versuchen, mit den Online-Kaufhäusern zu konkurrieren, sondern sich auf ihre Stärken und Vorzüge besinnen.

Sichtbar werden im Netz

Anhand einer Reihe von Beispielen erläuterte Eckhard Wiebrock, dass heutzutage jedes Geschäft im Internet auffindbar sein müsse. Der Mitarbeiter der Wirtschaftsförderung Landkreis Osnabrück (Wigos), der sieben Jahre lang Mitarbeiter der Wirtschaftsagentur Art-

land (WAAL) war, erläuterte, wie Kunden bereits vom Sofa aus mit Tablet-PC oder Smartphone ihre Einkäufe vorbereiteten: Sie geben das Produkt in eine Suchmaschine ein oder wählen gleich den Weg ins Online-Kaufhaus. Oder aber sie geben das Produkt samt Ortsname im Internet ein, „weil sie es in der Region kaufen wollen“, so Wiebrock. Damit dieser Weg zum Ziel führe, „muss der Kunde das Geschäft aber erst einmal finden“. Soll heißen: Für den virtuellen Erstkontakt sind zum Beispiel Business-Einträge auf der Plattform von Suchmaschinen entscheidend: mit kor-

rekter Adresse, aktueller Telefonnummer, kompletten Öffnungszeiten und – falls vorhanden – Link zur Internetseite. „Stellen Sie Fotos dazu, denn der Kunde will sich ein ganzes Bild machen“, so der Wirtschaftsförderer. Wer auf einen solchen Minieintrag keinen Wert lege, „betreibt aktives Abschrecken von Kunden“. Sein Tipp: Die Inhaber sollten ihr Geschäft selbst einmal googeln und kritisch auf das Suchergebnis schauen. Mit geringem Aufwand und Kosten lasse sich ein Internetauftritt herstellen.

„Wir wollen mit dem Projekt Informationslücken

schließen“, stellte Wirtschaftsförderin Katharina Vater klar. Sie plant in den kommenden 15 Monate mehrere Schritte: Die Kaufmannschaft soll in einem Workshop fit gemacht werden in Sachen Online-Shopping. Die „Sichtbarkeit im Netz“ solle zudem verbessert werden, jeder Einzelhändler, Gastronom, Arzt und Dienstleister bekomme einen professionellen Businessbeitrag bei Google und Facebook.

Stadt mit Online-Shop

Das sei wichtig für „externe Sucher“ wie zum Beispiel Touristen. Für „interne Sucher“, also für Einwohner aus Quakenbrück und dem Umland, die vor Ort gezielt nach Waren und Produkten suchen, solle dagegen eine Internetplattform mit dem Arbeitstitel www.quakenbrueck24.de aufgebaut werden. Zunächst werden sich dem Konzept zufolge hier Geschäfte und ihre Angebote präsentieren, später sei der Aufbau eines Online-Shops geplant. „Das ist die mit Sicherheit größte Herausforderung“, so Vater. Damit einher gehe eine intensive crossmediale Bewerbung.

„Lokale Wertschöpfung“

Die Vorteile liegen auf der Hand: Gemeinsam erzielen die Geschäfte eine größere Reichweite. Quakenbrück stellt sich positiv als Einkaufsstandort dar und stärkt seine Attraktivität. „Letztlich profitieren alle von der lokalen Wertschöpfung und dem Erhalt des Einkaufsstandortes“, erläuterte Katharina Vater.

Stadtdirektor Claus Peter Poppe gibt sich optimistisch. „Das Projekt wird ein Erfolg werden.“ Zumal der erste Schritt, einen professionellen Interneteintrag zu erstellen, „unkompliziert und nicht teuer ist“. Wichtig sei nun, für das Konzept zu werben, „am besten auch durch Mund-zu-Mund-Propaganda“. Trotz aller Entwicklungen ist sich der Verwaltungschef sicher: „Auch im Einzelhandel werden die Kraft des Wortes und das gute Argument auch in Zukunft gelten.“

Weitere Nachrichten aus der Stadt Quakenbrück: www.noz.de/artland