

## Lokaler E-Commerce als Chance für den Handel

Konsumenten mögen ihre lokalen Händler und bedauern es oft, wenn einer von ihnen seinen Laden für immer schliesst. Deswegen finden die Kunden es gut, wenn sich die einzelnen Händler der Region im Internet zusammenschliessen und mit Lokal eCommerce ihre Angebote darstellen.

### Studie zeigt: Lokal kommt an

Nach einer Studie der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG und des Instituts für Handelsforschung (IFH) stossen lokale Onlinemarktplätze auf eine hohe Kundenakzeptanz. Zwar gibt es diese noch nicht für alle Städte und Regionen, doch viele Menschen können sich vorstellen, sich lieber bei einem solchen lokalen Marktplatz zu informieren und auch zu kaufen. Vor allen Dingen schätzen die Menschen die übersichtlichen Angebote und Informationen zu den lokalen Händlern. Werden übergreifende Aktionen angeboten, wie beispielsweise lokale Bonuskarten oder Gutscheine, wird das nach dieser Studie von den Kunden ebenfalls positiv bewertet.

### Der Service beim lokalen Händler ist besser

Viele Menschen informieren sich gerne zunächst online, bevor sie losfahren um ein Produkt zu kaufen (Research Online, Purchase Offline). So können sie sicher sein, dass das gewünschte Produkt auch wirklich im Laden erhältlich ist. Interessant ist für viele der Kunden die Möglichkeit, die Waren wie beispielsweise Bücher online zu bestellen und einige Zeit später beim Händler selbst abzuholen. Ausserdem können sie die bestellten Waren einfacher zurückgeben, falls sie nicht passt oder doch nicht gefällt.

Überregionale Plattformen sind dagegen bei den Kunden nicht so beliebt, wie der Lokal eCommerce. Warum ist das so? Lokale Händler punkten mit Umweltfreundlichkeit, schnellen Lieferungen und einer sympathischen Ausstrahlung. Allerdings kaufen die Kunden trotzdem nicht mehr: Sie wollen auf einer lokalen Plattform auf keinen Fall beim Einkauf mehr ausgeben, als beim überregionalen Kauf. Trotzdem erwarten die Kunden eine ganze Menge von einer lokalen Onlinepräsenz ihrer regionalen Händler. Neben den Angeboten der kleinen Ladengeschäfte und Einzelhändler würden sie gerne auch die Angebote der Handelsketten im Lokal eCommerce sehen um zu vergleichen. Ausserdem sehen die Konsumenten es als Service der Händler an, für ein kostenfreies WLAN-Netz in den Fussgängerzonen und Innenstädten zu sorgen. Noch immer wundern wir uns, wenn wir in einem Detailhandelsgeschäft keinen Netzempfang oder gratis WLAN finden, wovor haben die Händler wohl Angst? Oder ist es eher ein Unverständnis für die Thematik?

### Präsenz im Internet reicht oft noch nicht aus

Nach Meinung der meisten Konsumenten sind die regionalen und lokalen Händler noch nicht ausreichend gut im weltweiten Netz vertreten. Da viele der lokalen Händler nicht über einen Online-Shop verfügen, kommen die Kunden in den Laden - oder sie bleiben irgendwann aus. Besonders für kleinere Händler ist der Lokal eCommerce-Verbund eine gute Möglichkeit, an der sie sich mit kleinem Budget beteiligen können, so dass sie in ihrer Präsenz gestärkt werden. Das Konzept des Lokal eCommerce Verbundes trifft den Wunsch vieler Menschen, die lieber im Laden bei ihrem Händler kaufen

würden, als anonym im Internet zu bestellen. Branchenprimus Amazon hat allerdings in Punkto Funktionalität und Service einen hohen Standard für derartige Plattformen vorgelegt, an den die Kunden gewohnt sind. Durch den Zusammenschluss der kleinen Händler zu einem starken Verbund ist ein konzertiertes Marketing möglich und auch kleinere Händler haben eine gute Chance, am eCommerce teilzuhaben. Konsumenten können sich umfassend informieren, bevor sie stationär kaufen.

Dafür müssen sich allerdings Detaillisten zusammenschliessen und gemeinsam einen lokalen E-Commerce Marktplatz betreiben. Der Vorteil liegt auf der Hand: mit geteilten Kosten und kombinierter Reichweite, können kleinere Händler damit im Netz sichtbarer werden und müssen gleichzeitig die Kosten für ihren professionellen Werbeauftritt nicht alleine stemmen - somit profitieren alle gleichermassen.

Veröffentlicht am 15.02.2016

Roger Basler ist Betriebsökonom FH und Unternehmens-Architekt. Seine Fachspezialisierungen sind Business-Development, New Media, Social-Commerce und Digitales Marketing. Er ist Inhaber der Digital Marketing Agentur Gustav&Paul, Geschäftsführer der Swiss E-Commerce Academy und berät und finanziert Startups in der Schweiz und im nahen Ausland.