

Protokoll

Vortrag Prof. Dr. Gerrit Heinemann

„Sozial-Lokal-Mobil: Die Zukunft des Shopping in der Stadt“

Treffpunkt: Kommunikationszentrum der Sparkasse Rosenheim-Bad Aibling

Uhrzeit: 19:00 Uhr

Protokoll: Frau Brumbauer

Anwesende: Frau Obermoser, Geschäftsführerin City-Management / Herr Adlmaier 1. Vorstand City-Management / Herr Prof. Dr. Gerrit Heinemann / Herr Bugl – Wirtschaftsdezernent der Stadt Rosenheim / Herr Dobner Gebietsdirektor der Sparkasse / Frau Prof. Dr. Kölzer – Professorin Marketing-Kommunikation-Handel der Hochschule Rosenheim und siehe Teilnehmerliste

Frau Obermoser eröffnete die Veranstaltung, übergab sodann das Wort an Herrn Dobner, anschließend an Herrn Bugl und schließlich an Herr Prof. Dr. Heinemann.

Prof. Dr. Heinemann brachte anhand seiner durchgeführten Studien anschaulich zum Ausdruck, dass der Onlinehandel immer weiter wächst und der Einzelhändler sich kaum mehr davor verschließen kann.

- Amazon 2014: 10,5 Mrd. EUR Umsatz, reiner EZH 9,3 Mrd.
65% Marktanteil durch US-Firmen (1. Amazon, 2. Ebay, 3. Apple)
Bereits 1 Mrd. Umsatz im Bereich Bekleidung (damit mehr als Zalando, 0,9 Mrd.)
- Laut Ranking verfügt Deutschland über eine sehr schlechte Netzverbindung, daher rühren auch unter anderem die Einbußen bei den Einzelhändlern.
Rosenheim ist bei Breitbandausbau fortgeschritten.
- 68% der deutschen Onlineshops mobil optimiert – zu wenig! Die Hälfte der Nutzer erwartet einen mobilen Onlineshop; wonach wird gesucht:
 - Preis 92%
 - Verfügbarkeit 80%
 - Produkteigenschaften
 - Preisangebot in der Umgebung
- Cross-Border-Trade vermeiden: EZH-Umsatz der ins Ausland fließt. UK Vorreiterrolle.
- In Südkorea hat der Onlinehandel 2014 den stationären Handel überholt.

- Internetnutzung in Deutschland

2010	2012	2014
10,9 Mio	21,3 Mio	48 Mio

- Jedoch „reine“ Online-Shopper gibt es kaum.

	2008	2011	2014
Rein stationär	86%	74%	71%
Rein online	6%	7%	11%

Tendenz geht immer weiter zur Durchmischung, nicht mehr klar zuordenbar, woher der Kunde die Information bezieht.

- Städtische Lösungen à la Wuppertal scheitern, weil zu wenig Artikel online sind. Wuppertal 5.000 Artikel, vs. 100 Mio. Artikel bei Amazon.
- Drogerie/Baumarkt/Möbel – diese Branchen boomen derzeit online.
- Oberzentren halten sich, Städte mit Kaufkraftzahlen wie Rosenheim halten sich, andere sind die Verlierer.

Was ist zukünftig zu tun, um mehr Frequenz zu schaffen:

- **Verfügbarkeitsabfrage über Internet**
- Daher ist ein elektronisches Warenwirtschaftssystem Voraussetzung z.B. inventurum (Ipad Kassensystem 30,00/Monat)
- auf das veränderte Kaufverhalten der Kunden richtig reagieren
- Preis ist wichtig, wird aber über Lokalbezug relativiert
- Produkt – Übersicht – Informationen – Auswahl
- Suchmaschine – Vergleiche im Netzwerk spielen eine wichtige Rolle bei der Kaufentscheidung
- Reservierungen online anbieten
- unvergleichbar machen
- Smartphone-Kunden Händler müssen mobil optimierte Webseiten anbieten
- WLAN anbieten
- dem Kunden ermöglichen, dass er am Regal bezahlen kann
- Warenkorb zusammenstellen lassen
- Investitionsbereitschaft im Bereich Digitalisierung
- kleinere Händler sollen sich zu einem Verbund zusammenschließen (z.B. Intersport)
- regionalen Marktplatz beleben die „Start-up-Szene“

- z.Bsp. Weihnachtsmarkt aufwerten, Faschingstreiben einzigartig gestalten etc.
- Händler muss/sollte eine Website haben und diese auch pflegen, somit erreicht er auch den Onlinekunden
- Kunde informiert sich zu 85 % über den Onlinehandel
- Zusammenschlüsse von IHK, Wirtschaftsförderung etc. fördern
- **Bestehende Marktplätze nutzen** – z.B. Ebay; wechselt auf Stadtseite, erster Versuch Mönchengladbach EUR 30,00/Monat, 65 Händler dabei.

4 Möglichkeiten des Onlinehandels:

1. Ship-From-Store: den Laden als virtuelles Logistikzentrum nutzen
2. Associate Store Ordering:
3. Click & Collect: Click and Collect bezeichnet einen Vorgang, bei dem eine Online-Bestellung in einem stationären Einzelhandelsgeschäft abgeholt wird.
4. Online kaufen und im Laden abholen

Beispiele:

- Ao.com
- Koffer24.de
- Butlers – 20% bereits Onlineanteil, weniger Umsatz auf der Fläche; Videolivechatberatung
- Ebay Inspiration Store. Fläche, wo Produkte präsentiert werden, online bestellen, wenn man nachhause kommt, ist Produkt geliefert.
- Waitrose: Vollautomatisierter Lebensmittel
- Hointer: Vollautomatisierter Fashion Store
- Münster – Initiative, dass Mieten gesenkt werden

„Alternative – Nichts-tun, gibt es nicht“

EZH an sich muss aktiv werden, keine städtische Aufgabe lt. Hr. Bugl

Frau Prof. Dr. Kölzer war in Vertretung der ROSIK e.V. vor Ort und sprach noch einmal den Fragebogen an, den jeder Teilnehmer bekommen hat, und stellte die geplanten Workshops ab Herbst zu den ausgewählten relevanten Themen in kurzen Worten vor.

Rosenheim, 02.07.2015