

Feindbild Onlinehandel?

Vom „Feindbild Onlinehandel“ zum digitalen
Besucher im Geschäft: **Innovative Lösungs-
ansätze für die regionale Wirtschaft.**

Schon lange bevor die Corona-Krise den aktuell extremen Konjunktureenbruch verursacht und viele Unternehmen vor immense Schwierigkeiten gestellt hat, gab es für die heimische Wirtschaft eine ganze Reihe von Herausforderungen. So kämpft etwa der Handel schon seit Jahren neben ungleichen Wettbewerbsbedingungen vor allem mit der zunehmenden Online-Konkurrenz internationaler Konzerne. Ein Perspektivenwechsel im Umgang mit digitalen Marketinginstrumenten und dem Einkaufsverhalten der Zukunft ist ein erster Schritt aus dieser Problematik.

Fortsetzung Seite 2



DIE ZUKUNFT IST DIGITAL - AUCH FÜR HANDEL UND NAHVERSORGUNG!

In Niederösterreich wurde vor einigen Jahren mit der Digitalisierungsoffensive gestartet, um die Chancen der digitalen Welt für Land und Leute am Puls der Zeit zu nutzen. Klar ist, Digitalisierung begegnet uns heute in allen Lebenslagen, und die Corona-Pandemie hat den digitalen Wandel zusätzlich um ein Vielfaches beschleunigt. Von heute auf morgen wurde unser Leben auf den Kopf gestellt. Home-Office, Home-Schooling sowie Videokonferenzen sind zu unserem ständigen Begleiter im Alltag und in der Berufswelt geworden. Vor allem der Anstieg im Online-Handel hat gezeigt, dass Handel und Nahversorgung in Niederösterreich dieser Entwicklung offen gegenüberstehen und Online-Handel als starke Ergänzung zum stationären Handel wahrnehmen müssen. Über die NAFES können wir dazu essentielle Unterstützung leisten.

Johanna Mikl-Leitner
Landeshauptfrau von Niederösterreich

MEHR ALS EIN TREND: DIGITALISIERUNG ALS CHANCE FÜR WIRTSCHAFTLICHE KRAFT.

Als neuer Präsident der Wirtschaftskammer Niederösterreich ist es mir ein Anliegen, Zukunftstrends aufzugreifen und für unsere Unternehmen nutzbar zu machen. Dazu gehört auch die Heranführung von Handel und Nahversorgung an digitale Marketingstrategien und online-Verkaufsmöglichkeiten. Wir müssen die fortschreitende Digitalisierung unserer Welt als Chance sehen, um neue Wege der Kommunikation mit den Kundinnen und Kunden zu finden, unsere Angebote breiter zu positionieren und so letztlich auch den Standort „Zentrum“ bzw. den Standort Niederösterreich zu stärken. Die NAFES bietet dazu eine passende Förderpalette und bewährt sich einmal mehr als verlässlicher Partner.

Wolfgang Ecker
Präsident der Wirtschaftskammer NÖ





Mit digitalen BesucherInnen Standorte stärken und Leerständen entgegenwirken.

Es zeichnet sich eine Neuordnung der Handelslandschaft ab, abzulesen unter anderem auch daran, dass – ausgenommen im Lebensmittelhandel – die Verkaufsfläche seit einigen Jahren jährlich um ca. zwei Prozent zurückgeht. Betroffen sind davon nicht mehr nur sogenannte B- und C-Lagen, sondern auch gute Handelszonen. Die Passantenfrequenzen sinken nicht erst seit der Krise im Durchschnitt um etwa vier bis sechs Prozent im Jahr, was deutlich weniger Umsatz und dementsprechend eine Zunahme der Leerstände zur Folge hat.



ERSTER SCHRITT: DENKMUSTER AUFBRECHEN.

Viele UnternehmerInnen und Verantwortliche in Städten bzw. Gemeinden sehen die zunehmende Digitalisierung als Schwächung der Geschäfte und Läden vor Ort – dabei ist genau das Gegenteil der Fall! Aber zu tief sind die beschriebenen Denkmuster im Bewusstsein verankert und blockieren Innovationen. Laut einer Umfrage des Kredit-schutzverbandes von 1870 erkennen bereits 84 % der Unternehmen: **Die digitale Transformation verändert den eigenen Markt.** Trotzdem geben 7 von 10 Betrieben an, keine digitale Agenda zu haben und auch keine solche zu planen. Als Gründe für die digitale Bremse werden unter anderem mit 17 % „nicht finanzierbar“ und mit 16 % „Unternehmenstradition bremst digitale Projekte“ angeführt. Für 9 % der Betriebe scheitert es auch an einer fehlenden Vision.



ZWEITER SCHRITT: PROBLEME INS AUGE SEHEN.

Um den Nutzen digitaler Vernetzung zu sehen, muss man zu einer zentralen Frage zurückkehren: **Wodurch entstehen Leerstände in Ortszentren?** Es kann eine ganze Reihe von Gründen geben, wie etwa eine fehlende Nachfolgeregelung, zu hohe Mieten, keine Parkplätze etc. Aber in den allermeisten Fällen sind es sinkende Kundenfrequenzen, die weniger Umsatz und nachlassende Profitabilität nach sich ziehen. Leider viel zu oft erscheint dann als einzig möglicher Ausweg, zu schließen oder



DRITTER SCHRITT: DEN BLICK FÜR VERÄNDERUNGEN ÖFFNEN.

Was sehr viele UnternehmerInnen dabei übersehen: Die Frequenz am Gehsteig vor dem eigenen Schaufenster ist nur ein Teil der gesamten Wahrnehmung eines Unternehmens beim Kunden. Diese setzt sich nämlich aus der stationären Frequenz und der digitalen Sichtbarkeit zusammen. Die **digitale Besucherfrequenz** kann – bei einem guten Online-Auftritt – bereits **mehr als 30 % der gesamten Sichtbarkeit** erreichen und kompensiert damit oft mehr, als der Rückgang vor Ort ausmacht – **Tendenz steigend.**



VIERTER SCHRITT: DIGITAL SICHTBAR WERDEN.

Jeder von uns kennt einen Laden, der irgendwo in einer Seitengasse oder einem Randbezirk liegt und dennoch floriert – entweder weil er etwas anbietet, was anderswo schwer zu bekommen ist, oder weil er seine KundInnen online erreicht und damit NeukundInnen gewinnt. Im Idealfall treffen beide Gründe zu. Wenn die **Betriebe einer Stadt oder Gemeinde** auch noch

- **gemeinsam**
- **digital**
- **vernetzt**
- **präsent**

sind, kann man damit Ortskerne beleben und Leerständen entgegenwirken. Und mit „digital vernetzt“ ist in diesem Zusammenhang nicht zwingend der eigene Onlineshop gemeint, sondern **eine digitale Plattform der Stadt oder Gemeinde mit einer hochwertigen Darstellung der Betriebe, Sortimente und Aktionen** und einer gemeinsamen Basis für **innovatives Marketing.**

Die Corona-Krise hat die angeführten Probleme massiv verschärft: Das Verbrauchervertrauen geht dramatisch zurück, und das Einkaufsverhalten verändert sich weiter. Es braucht daher jetzt entsprechende Gegenmaßnahmen seitens der Kommunalpolitik durch die Schaffung von Plattformen als **digitale Infrastruktur für die heimischen Betriebe**, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und NeukundInnen gewinnen zu können.



kontakt und information:



RS Regionale Shops E-Commerce GmbH
Hubert Loschek (Geschäftsführer)
T 0664 / 888 74337
E hubert.loschek@regionale-shops.at
W www.erlebnis-einkauf.com, www.regionale-shops.at

Falls Sie Interesse an solchen Lösungen haben, stehen wir gerne für weitere Informationen zur Verfügung. Referenzen und Beispiele sind auf www.erlebnis-einkauf.com nachzulesen.

N Wieselburg



HANDELT - ONLINE BEI REGIONALEN HÄNDLERINNEN EINKAUFEN.

STADTGEMEINDE UND STADTMARKETING DER MOSTVIERTLER EINKAUFSTADT HABEN KURZ NACH DEN CORONA-BEDINGTEN BETRIEBSSCHLISSUNGEN DIE ONLINE-PLATTFORM WWW.WIESELBURG-HANDELT.AT INS LEBEN GERUFEN.

Auf dieser Website finden sich übersichtlich alle Wieselburger Handels- und Gastronomiebetriebe mit ihren Angeboten und direkter Kontaktmöglichkeit. Nach erfolgreicher Bestellung kümmert sich ein stadteigenes Lieferservice um kontaktlose Abholung und Zustellung der Waren zu den KundInnen direkt nach Hause. Auch in die umliegenden Gemeinden werden Zustellungen angeboten, und die Bevölkerung nimmt dieses Service sehr gerne an.

MIT 1. MÄRZ 2020 STARTETE HORST BERGER ALS NEUER KREMSER CITY-MANAGER. BEREITS IN SEINER ZWEITEN ARBEITSWOCHE MUSSTEN ALLE GEPLANTEN PROJEKTE ÜBER NACHT DURCH DEN CORONA-LOCKDOWN GEÄNDERT WERDEN. SEITHER LIEGT EINE WESENTLICHE ROLLE DES STADTMARKETINGS



© Beide Fotos: Stadtmaking Krems GmbH

Citymanager Horst Berger gemeinsam mit Bürgermeister Dr. Reinhard Resch und Vizebürgermeister Erwin Kramer beim Hygiene-Automaten.



N Krems

IN EINER INTENSIVEN KOMMUNIKATION ÜBER DIGITALE KANÄLE.

In den ersten Tagen wurden dringend nötige Erstinfos über Betriebsöffnungen bzw. unterschiedliche Öffnungszeiten über den Facebook-Kanal und eine Homepage veröffentlicht und laufend aktualisiert. Allein die Homepage-Zugriffe stiegen in diesen Tagen auf über 1.600% an. Anschließend wurden kurzfristig Lie-

FACEBOOK

ALS SPRACHROHR DER INNENSTADT.

fer- und Zustelldienste ins Leben gerufen sowie ein „Hygiene-Automat“ mit Masken und Desinfektionsmitteln von regionalen HerstellerInnen installiert. Zusätzlich wurden die Parkgebühren bis Ende Juni ausgesetzt, wodurch die Kundenfrequenz zusätzlich verstärkt werden konnte.

N Mistelbach



„JEDER EINKAUF ZÄHLT“.

UM DEN EINKAUF IN MISTELBACH WIEDER ANZUKURBELN, HAT DAS STADTMARKETING EIN UNTERNEHMERBEWERBUNGS-GUTSCHEINHEFT UND DIE SOCIAL MEDIA-KAMPAGNE „JEDER EINKAUF ZÄHLT“ INS LEBEN GERUFEN.

Da der innerstädtische Handel in Mistelbach von den Auswirkungen der COVID19-Pandemie stark getroffen wurde, sind vielseitige Maßnahmen zur Frequenzsteigerung notwendig. So soll einerseits das Gutscheinheft mit vielseitigen Aktionen zum Einkauf am Hauptplatz motivieren, während die Initiative „Jeder Einkauf zählt“ heimische Unternehmen und deren Produkte über Facebook sowie über regionale Printmedien vorgestellt. Zusätzlich ist der Wochenmarkt zur Lebensmittelversorgung ein wichtiger Frequenzbringer für die Innenstadt. Jeden Freitag werden hier regionale Köstlichkeiten unter dem Motto „kommen, kosten und kaufen!“ erfolgreich feilgeboten.



„KAUF IM ORT“ - REGIONALE WIRTSCHAFT JETZT UNTERSTÜTZEN!

DIE UNTERNEHMERINNEN DER ÜBER 8 000 EINWOHNERINNEN ZÄHLENDEN STADT IM WIENERWALD HATTEN IN DEN LETZTEN MONATEN DOPPELT ZU KÄMPFEN, DENN ZU DEN CORONA-BEDINGTEN STARKEN UMSATZEINBUSSEN KOMMT NOCH EINE MEHRMONATIGE ÖBB-BAUSTELLE BEIM BAHNHOF HINZU. MIT DER KAMPAGNE „KAUF IM ORT - UNTERSTÜTZEN WIR JETZT DIE REGIONALE WIRTSCHAFT“ WIRD IN DIESER SCHWIERIGEN ZEIT AUF DIE HEIMISCHEN BETRIEBE AUFMERKSAM GEMACHT.



© Michaela Schmitz

Dazu wurden mehrere Aktivitäten gebündelt, die zum Einkauf im Ortskern einladen: Website und Branchenverzeichnis wurden vollständig aktualisiert, um eine leichtere Kontakt-

aufnahme zu ermöglichen, und über Facebook, eine App sowie Inserate in Zeitungen wurde auf Bewusstseinsbildung gesetzt, beispielsweise durch Botschaften wie

- Nehmen wir den Liefer-/Abholservice von regionalen Firmen in Anspruch!
- Informieren wir uns und unterstützen wir Initiativen unserer Betriebe vor Ort!
- Bestellen wir in den Webshops regionaler Anbieter!

Der Zuspruch der KonsumentInnen ist gut, und es lässt sich ein Trend in Richtung Stadtzentrum verzeichnen - Neulengbach schafft somit durch gezieltes Einkaufsverhalten selbst in der Krise eine positive Entwicklung in der Region!



NEUER NAHVERSORGER SICHERT LEBENS- MITTELVERSORGUNG IN CORONA- ZEITEN.



© Beide Fotos: Großhandel Kiennast

Das Eröffnungsfoto vom 3. April 2020 mit Vize-Bgm. Alfred Quirtnier, Bgm. Ing. Christian Krottendorfer, Mitarbeiterin Andrea Jezik, Nahversorgerin Ilse Hofbauer und Mag. Julius Kiennast (vlnr).



GERADE IN CORONA-ZEITEN ZEIGTE SICH, DASS DIE REGIONALE NAHVERSORGUNG WICHTIGER DENN JE IST! DAS NEUE NAHVERSORGUNGSGESCHÄFT IN DER WEINVIERTLER GEMEINDE RÖSSITZ HAT SICH DAHER VON DER KRISE NICHT ABSCHRECKEN LASSEN UND SEINE PFORTEN ANFANG APRIL GEÖFFNET, UM IN DIESEN SCHWIERIGEN ZEITEN DEN TÄGLICHEN EINKAUF DER GEMEINDEBÜRGERINNEN ZU SICHERN.

Bereits ein Jahr zuvor hatten unter Bürgermeister Christian Krottensteiner die Überlegungen begonnen, wie nach der Pensionierung des bisherigen Kaufmanns der Ort weiter versorgt werden könnte. Nach gemeinsamen Überlegungen mit dem Handelshaus Kiennast entschloss sich die Gemeinde schließlich zur Errichtung eines kompakten Neubaus in zentraler Lage. Geführt wird das neue Geschäft von Ilse Hofbauer. Die gebürtige Rössitzerin bietet auf einer Verkaufsfläche von ca. 150 m² mit Neben- und Lagerräumen von ca. 80 m² eine nachhaltige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Neben der Belebung des Ortskerns durch die steigende Frequenz wurden auch Arbeitsplätze in der Region geschaffen.

KONTAKT

NIEDERÖSTERREICHISCHE ARBEITS-
GEMEINSCHAFT ZUR FÖRDERUNG DES
EINKAUFES IN STADT- UND ORTSZENTREN

Dipl.-Ing. Alexandra Schlichting MA
Amt der NÖ Landesregierung
Abt. Raumordnung und Gesamt-
verkehrsangelegenheiten
Landhausplatz 1 | 3109 St. Pölten
T 02742/9005-14902 | F 02742/9005-14170
alexandra.schlichting@noel.gv.at

Mag. Wolfgang Fuchs
Wirtschaftskammer NÖ - Sparte Handel
Wirtschaftskammer-Platz 1 | 3100 St. Pölten
T 02742/851-18310 | F 02742/851-19319
nafes@wknoe.at