

Einzelhändler greifen Onlinekonkurrenz an

Portal rz-kauf-lokal.de geht im November an den Start – Großes Interesse

■ **Koblenz.** Die Onlineanbieter fischen jetzt auch noch unmittelbar im Teich der stationären Einzelhändler: Amazon will einen Laden in New York eröffnen, hat das „Wall Street Journal“ kürzlich berichtet, in Deutschland hat beispielsweise Mymuesli bereits zahlreiche Filialen. Endgültig Land unter für den klassischen Händler?

Keineswegs, sagt Norbert Beck. Die Onlinekonkurrenz habe lediglich erkannt, was ihr fehlt: nämlich die unmittelbare Begegnung mit dem Kunden. Der renommierte Referent und Mitveranstalter der „Service-WM“ empfiehlt, jetzt den Gegenangriff zu starten – sozusagen die Angel umzudrehen, um im Teich der Internetwettbewerber zu fischen.

„Wir können den Wind nicht ändern, aber die Segel anders setzen“, sagt RZ-Media-Geschäftsführer Hans Kary. Möglich macht dies das neue Portal rz-kauf-lokal.de: RZ-Media, die Vermarktungsexperten unserer Zeitung, bieten Einzelhändlern an, ihre Kräfte in einem regionalen Portal zu bündeln. „Click & Collect“ heißt die Idee: Unternehmer stellen besondere Angebote online, Interessenten können sie dort reservieren – und kommen an-



Norbert Beck rät Händlern, ihre Kräfte im Internet zu bündeln. Foto: Ditscher

schließend ins Ladengeschäft, um die Ware in Empfang zu nehmen. Das ist aus zahlreichen Gründen attraktiv für beide Seiten. Verbraucher haben es nicht mit einem anonymen Onlinehändler zu tun, sondern mit dem vertrauenswürdigen Laden in ihrem Ort. Da sie die Ware selbst abholen, fallen keine Kosten für den Versand an – das ist gerade bei einem schmalen Geldbeutel attraktiv. Zudem muss der Kunde nicht auf die Lieferung warten.


Der Händler wiederum ist ohne großen Aufwand online präsent, und das auf einer Plattform, die perspektivisch gewichtig sein wird. Verkaufstrainer Beck spricht hier von „Sichtbarkeit“: Natürlich kann jeder einzelne Unternehmer eine

Internetseite aufbauen – aber die Wahrscheinlichkeit, dass diese im riesigen Internet wahrgenommen wird, ist gering. Ganz anders bei rz-kauf-lokal.de: Die Bündelung vieler Angebote ganz verschiedener Händler verspricht eine breite Auswahl, der potenzielle Kunde kann durch die Seiten stöbern und ist schnell am Ziel in der Region angelangt. Beck appelliert deshalb: „Wenn wir das alle gemeinsam angehen, wird die ‚kritische Masse‘ an Angeboten rasch erreicht.“

Die Chancen stehen gut: Zu zwei Informationsveranstaltungen kamen rund 250 Einzelhändler aus der Region, rund 20 haben ihr Onlinepaket bereits fest gebucht – obwohl rz-kauf-lokal.de erst am 22. No-

vember offiziell scharf geschaltet wird. Ab dann ziehen lokale Unternehmer die Menschen mit außergewöhnlichen Angeboten in ihren Laden – und spielen den Vorteil der persönlichen Begegnung mit dem Kunden aus. An deren Qualität muss die gesamte Belegschaft arbeiten, um dauerhaft erfolgreich gegen die Onlineriesen antreten zu können. Das fängt schon bei der freundlichen Begrüßung mit einem Lächeln auf den Lippen an – ganz wichtig: sofort den Blickkontakt suchen, um eine emotionale Bindung zu schaffen.

Das allein reicht natürlich noch nicht aus, die Angebote im Laden müssen auch reizvoll sein. Norbert Beck's Strategie: Händler sollen nicht artig sein, sondern einzigartig. Er illustriert das mit dem Beispiel Kaffee. Artige Standardware mag 10 Euro pro Kilo kosten – die Pads einer bekannten Firma, die mit dem einzigartigen George Clooney wirbt, gehen für umgerechnet 60 Euro weg wie warme Semmeln. Noch einmal zehnmal so viel kostet Kopi-Luwak-Kaffee. Er wird gewonnen, nachdem Wildkatzen die reifen Kaffeekirschen verspeist und die „geschälten“ Bohnen wieder ausgeschieden haben. Ein bisschen speziell – jedenfalls aber einzigartig.

 Weitere Infos zu rz-kauf-lokal.de gibt es unter 0261/892 229 oder per E-Mail an onlineservice@rhein-zeitung.net