

# Internet: Handel will raus aus der Schockstarre

**Wirtschaft** Unsere Zeitung startet heute die zweite Staffel von „Kauf lokal“ – Mit Mut ins Netz

■ **Rheinland-Pfalz.** „Kauf lokal“ ist zurück: Ein Jahr nach dem Auftakt der mehrfach preisgekrönten Kampagne startet unsere Zeitung heute die zweite Staffel. Vier Wochen lang gehen wir der Frage nach, zu wie viel Wandel der Handel bereit ist. Im Interesse seiner Kunden – und in seinem eigenen.

Die größte Bedrohung sieht der stationäre Einzelhandel auch weiterhin in den Shoppingportalen des Internets. So rechnet der Handelsverband Deutschland (HDE) für 2014 mit einem Umsatz im E-Commerce von 38,7 Milliarden Euro –

erneut 17 Prozent mehr als im Vorjahr. Andere Prognosen gehen bereits über die 40-Milliarden-Euro-Schwelle hinaus, das wären knapp 10 Prozent des gesamten Handelsvolumens. Schon werden für 2015 rund 50 Milliarden Euro Onlineumsatz prophezeit.

Der lokale Einzelhandel will unterdessen nicht länger auf die „Schlange“ starren. Es beginnt ein Umdenken: „Wie können wir als ‚kleine Einzelhändler‘ das Netz nutzen und un-

seren Kunden entgegenkommen?“, lautete eine oft gestellte Frage bei Podiumsdiskussionen und Redaktionsgesprächen der ersten Staffel von „Kauf lokal“ – Frage und Auftrag zugleich an ein Medienhaus wie die Rhein-Zeitung. Wir greifen das Thema am Ende der neuen Staffel auf und zeigen dem heimischen Handel einen

Weg auf. Starten wollen wir zunächst mit einer Bestandsaufnahme: Was hat sich

seit unserem „Weckruf“ vor einem Jahr getan? Was ist gut gelaufen, was schlecht? Wie reagieren Handel und Verantwortliche in Politik und Kommunen auf Umfrageausagen unserer Leser?

„Lösungen statt Leerstand“ ist das zweite Kapitel überschrieben: Überall im Land gibt es pfiifige Ideen, wie sich der Handel am eigenen Schopf aus der Krise ziehen kann. Selbst auf dem „flachen Land“ gibt es Bedürfnisse – und Möglichkeiten. „Chancen und Champions“ ist unsere dritte Serienwoche gewidmet: Dabei stellen

wir Menschen vor, die Marktnischen nutzen oder den Servicegedanken intensiv leben. Zu guter Letzt zeigen wir, wohin die Reise (im Netz) geht. Auch dazu gibt es bereits regionale Beispiele.

Im Mittelpunkt unserer Recherchen stehen dabei nicht nur Händler, sondern auch Verbraucher: Wie stellen sie sich den Markt der Zukunft vor? Was erwarten sie von ihrem „Händler um die Ecke“? Wir fragen Sie! In der gedruckten Zeitung und – natürlich – online!

Mehr dazu lesen Sie im Lokalteil

