

Lokale Verkaufs-Stände im Netz

Online-Marktplatz Projekt will regionale Anbieter unterstützen, 50 wären nötig, um starten zu können.



Regionale Angebote auf einer Internetseite vereint, das will der Online-Marktplatz des Landkreises. Foto: Stefan Blank (Foto: sb)

VON ANNA FRANCK

BAD WINDSHEIM – Die heimische Wirtschaft unterstützen – das will der Online-Marktplatz im Landkreis. Nach dem Motto: aus der Region für die Region. Michael Capek von der Wirtschaftsförderung im Landkreis und Markus Löw, Vorsitzender der Wirtschaftsvereinigung des Landkreises Nea-Bw, stellten das Konzept unter der Moderation von Vermögensberater Willi Kirchberger an drei Informationsabenden in Uffenheim, Neustadt und Bad Windsheim potenziellen Anbietern vor. Diese scheuten sich im Anschluss keineswegs davor, kritische Fragen zu stellen.

Die Idee zum Online-Marktplatz sei im vergangenen Jahr entstanden, als wegen der Corona-Pandemie viele Läden zeitweise schließen mussten, erklärte Löw. In Zeiten von steigenden Onlineumsätzen könnte das für viele der Einstieg sein. Mitmachen kann jeder „Verkäufer“, erklärte Capek – Händler, Handwerker, Dienstleister oder auch Hofläden. Auch Tickets oder Gutscheine könnten angeboten werden. Eine Leader-Förderung bestehe, um starten zu können, müssen mindestens 50 Anbieter zusammenkommen.

Zusätzliche Umsätze könnten so generiert, die Bekanntheit gesteigert und sich im Online-Geschäft ausprobiert werden. Bei regionalen Firmen bestehe ein gewisses Vertrauen, beschrieb Capek die Vorteile, „man kennt sich“. An der Landkreis-Grenze müsse dabei nicht zwingend Schluss sein, falls auch Händler von außerhalb mitmachen wollten, sagte Löw. Um sich zurechtzufinden, bekommen die Anbieter Unterstützung in Form von Lehrvideos auf Youtube und Workshops.

Was gestellt werde, sei der Shop. Auch für Werbung sei gesorgt. Man wolle auf klassische Medien wie Zeitung oder Flyer setzen, aber auch in den Sozialen Medien Präsenz zeigen. „Wir stellen nur die Stände auf den Marktplatz“, sagte Löw, um den Rest kümmere sich jeder selbst. Dazu zählen Produkte und Beschreibungen einstellen, Kundenkontakt, Reklamationen oder Versand- und Zahlungsarten unter den gegebenen Optionen bestimmen. Menschen, die keinen Online-Zugang haben, könnten an mit iPads ausgestatteten, sogenannten Kontaktorten Zugriff auf die Plattform erhalten. Ein Bewertungssystem solle die Qualität sichern. Treten bei einem Händler vermehrt negative Bewertungen auf, werde man das beobachten, sagte Löw, das Gespräch suchen. Im Zweifelsfall folge der „Rausschmiss“ – Negatives falle auch auf den Shop zurück.

Das Ziel: Start in 2022

Pro Monat zahlt jeder Anbieter 30 Euro, die in die Werbung fließen. Zudem fallen monatlich drei Prozent Umsatzbeteiligung an, die beispielsweise für die Technik verwendet werden. 99 Euro beträgt die Einrichtungsgebühr. Das Landratsamt übernimmt diese für jene, die sich noch in diesem Jahr entschließen, dabei zu sein.

Anhand eines Demoshops zeigte Löw den groben Aufbau, bevor es an die Fragen ging. Nach Bad Windsheim waren 18 Interessierte gekommen. Martin Meyer von Anna's Atelier fragte, wie sich die Rangfolge im Shop ergibt. Bieten mehrere Händler das gleiche Produkt an, bestimme ein Algorithmus anhand der Verkaufs- und Produktbewertungen die Reihenfolge. Jonathan Nolde, ebenfalls von Anna's Atelier, wollte wissen, wie es um die drei Prozent Umsatzbeteiligung steht, wenn beispielsweise bei Dienstleistungen kein Umsatz über den Shop generiert wird. Hundertprozentig berechenbar sei die Finanzierung des Shops nicht, holte Löw aus. Er sei aber auch betreibbar, wenn manche wie beim genannten Beispiel durch das Raster fallen. Die Anbindung an das Warenwirtschaftssystem interessierte Simon Zechmeister vom gleichnamigen Schuhhaus. Wie und ob eine solche Schnittstelle umgesetzt werden kann, müsse geklärt werden, beispielsweise mit dem Programmierer – auch bezüglich der Kosten dafür, meinte Löw. Vieles sei auch noch offen. Geplant sei der Start für 2022. Um konkreter zu werden, müsse die Beteiligung geklärt sein. Denn: „Wenn nicht genügend mitmachen, ist das Projekt tot“, sagte Löw und betonte: „Die Digitalisierung wird mehr“, wer langfristig online nicht mitziehe, werde wohl untergehen.
