

Für die Kunden bestens im Netz präsent

Für mehr digitale Sichtbarkeit in Hersbruck: Auftaktveranstaltung des Wifo am 29. März – Interviews mit Organisatoren und Referenten

HERSBRUCK – Online-Shop, Social Media, Homepage für den kleinen Einzelhändler: viel Arbeit, wenig Wirkung? Das mögen sich immer noch einige denken. Um die Händler vom Gegenteil zu überzeugen und ihnen Tipps an die Hand zu geben, startet das Wirtschaftsforum Hersbruck das Projekt „Digitale Sichtbarkeit“ mit entsprechenden Workshops.

Rückblick: Wie und warum kam es überhaupt zu diesem Projekt?



Claudia Haeffner: Das Wirtschaftsforum hat das Thema Digitalisierung und Social Media schon seit einigen Jahren auf der Agenda. Im April 2021 hat sich das Wirtschaftsforum

für das Projekt „Hilfe zur Selbsthilfe“ des bayerischen Wirtschaftsministeriums beworben und ist für die Themen Digitalisierung, E-Commerce und regionale Marktplätze ausgewählt worden. Seitdem arbeiten wir – ich als Projektleitung – in Zusammenarbeit mit der Cima von der Evaluation des Ist-Zustandes bis hin zu einem Umsetzungsfahrplan, der die Qualitätsoffensive „Digitale Sichtbarkeit“ zum Ziel hat. Zwar sind viele Hersbrucker Unternehmen schon ganz gut digital sichtbar, manche haben aber nur das Notwendigste. Und weil das Themenspektrum so vielfältig ist, ist immer Luft nach oben. Hier wollen wir ansetzen, uns miteinander vernetzen, uns optimieren und Weiterbildung vor Ort ermöglichen.

Am 29. März um 19 Uhr findet in der Geru-Halle die große Auftaktveranstaltung statt. Was erwartet die Teilnehmer da?

Claudia Haeffner: Wir möchten erreichen, möglichst alle Gewerbetreibenden in und um Hersbruck für dieses Thema zu gewinnen und wollen gleichzeitig unsere digitalen Player vor Ort mit ins Spiel bringen. Wer Interesse hat, als digitaler Anbieter an diesem Abend dabei zu sein, kann sich gerne melden. Wir haben – mit Unterstützung der Stadt Hersbruck – ein interessantes Programm mit Zahlen, Daten, Fakten, aber auch Unterhaltsames zusammengestellt, um dann auch wirklich etwas mit nach Hause nehmen zu können. Außerdem hat man die Möglichkeit, einige der Referenten kennenzulernen, und das Netzwerken soll ebenfalls möglich sein.

Und was folgt danach?

Claudia Haeffner: Wir wollen Wissen mit Workshops in Präsenz in Hersbruck vermitteln, damit die Unternehmen in Zukunft noch besser gefunden werden. Hier ist „Ropo“ ein Stichwort: Research online – purchase offline. Das bedeutet, dass der Käufer sich zunächst im

Nutzung digitaler Medien – auch für Offline-Käufe und Innenstadtbesuche Was sagen Statistiken?

Jeder fünfte
Innenstadtbesucher
sucht mobil nach
lokalen Informationen

Jeder dritte Kunde
checkt vor dem Kauf
online die
Warenverfügbarkeiten

Knapp 20 Mio. User in
Deutschland nutzen
aktiv Instagram

Jeder Dritte liest vor einem
Besuch in Handel oder
Gastronomie regelmäßig
online-Bewertungen

Jeder Vierte gibt zu, schon
einmal Einkäufe getätigt zu
haben, die ihm im Internet
vorgeschlagen wurden

Google-Bewertungen
werden immer wichtiger –
für Händler, Gastronomie,
Dienstleister



Diese Infos zeigen, wie wichtig das Internet beim Einkauf mittlerweile geworden ist. Daher bietet das Wirtschaftsforum nun Workshops für mehr digitale Sichtbarkeit im Netz an.
Grafik/Fotos: Medienfabrik/Cima, HZ-Archiv, Michael Schober, Julia Schwendner

Netz über ein Produkt informiert, den Kauf jedoch im stationären Handel tätigt. Die Homepage eines jeden Unternehmens ist wie eine digitale Visitenkarte, ebenso ein Google my Business-Eintrag, um nur das Wichtigste zu nennen. Auch über Social Media kann man Kunden erreichen, positives Image erarbeiten und sichtbar sein. Ein weiteres Thema ist Content, also Inhalt: Wie gelingen mir gute Texte und Bilder, die ich dann online Nutzen kann? Welche Onlinestrategie ist sinnvoll?

Das hört sich sehr umfangreich an. Warum ist es für den Kleinen genau so wichtig, eine tolle, aktuelle Website zu haben, wie für die große Kaufhaus-Kette?

Bertram Sturm: In erster Linie geht es um Sichtbarkeit im Web. Heute schaut jede Zielgruppe per Smartphone unterwegs oder per Computer zu Hause, wo man zum Essen gehen kann, wann ein Schuhladen geöffnet hat oder wo ich in meiner Umgebung eine Mikrowelle reparieren lassen oder neu kaufen könnte. Viele Menschen möchten nicht mehr ohne nachzudenken einfach bei Amazon bestellen. Ihnen sollte man die Möglichkeit bieten, schnell und leicht lokale Lösungen für ihre Probleme zu finden. Wichtig zu



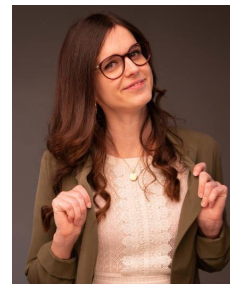
wissen ist auch, dass ein lokales Unternehmen keineswegs eine Webseite vom Umfang einer großen Kaufhaus-Kette benötigt. Man kann sich hier leicht auf Wesentliche konzentrieren: Öffnungszeiten, Adresse, Kontaktmöglichkeiten und Infos zum Angebot. Ein lokales Geschäft benötigt keinen teuren Webshop – das Ziel ist es, die Käufer in den Laden zu bekommen.

Daniela Kaiser: Es ist primär nur eine überholte Sichtweise, denn die Zeiten haben sich schlichtweg geändert. Die Zielgruppe und Käuferschaft ist von jung über älter mittlerweile täglich online unterwegs, vor allem in Social Media. Die Menschen wollen ihren Lieblingsgeschäften oder Marken dort authentisch nah sein und mitbekommen, was es Neues gibt. Dabei ist Social Media kein klassischer Werbekanal für die Produkte, sondern die Leute wollen sich verbunden fühlen. Menschen kaufen letztlich von Menschen. Kontinuität und Authentizität auf So-

Nur eine Homepage reicht heute schon fast nicht mehr. Doch viele scheuen sich noch vor Social Media oder betreiben es halbherzig: kostet Zeit und Ideen, aber man verdient nichts. Warum ist das die falsche Einstellung?

Daniela Kaiser:

cial Media sind langfristig der Schlüssel – auch zu mehr Umsatz.
Auf was können sich die Teilnehmer in Ihrem Workshop freuen?
Daniela Kaiser: Ich zeige den Teilnehmern zum einen, wie sie technisch mit den sozialen Medien umgehen sollten und weshalb Social Media langfristig so wertvoll für ihr Geschäft ist, ohne dass sie Angst haben müssen, etwas falsch oder sich lächerlich zu machen. Wie Social Media Spaß macht und dauerhaft mehr Vor- als Nachteile bietet. Wenn die Teilnehmer sich darauf einlassen, können sie sich schon bald auf die ersten begeisterten Aha- und Wow-Erlebnisse freuen.
Die Themen der Kurse reichen von der Homepage über Marketing bis zum Video.
Claudia Haeffner: Wir haben Experten aus den verschiedenen Bereichen gesucht, die notwendiges Basiswissen beziehungsweise einen Anstoß geben, um sich die richtige Strategie aufzubauen, die dann mit möglichst wenig Zeit effektiv nutzbar sein soll.
Warum sollte man an den Workshops unbedingt teilnehmen?
Bertram Sturm: Da der Alltag von uns allen mittlerweile sehr digital geprägt ist, sollte man mit seinem Geschäftsleben diese Möglichkeiten nicht verpassen. Amazon und Co. haben wegen des Verschlafens der sogenannten Digitalisierung



schon genug Einzelhandel kaputt gemacht. Die Möglichkeiten sind heutzutage einfacher denn je, online präsent zu sein. Das beste Argument der lokalen Geschäfte gegen die digitalen Kaufhaus-Ketten ist, dass sie leicht und persönlich erreichbar sind. Dieses Argument funktioniert jedoch nur, wenn man online wenigstens die Adresse und die Öffnungszeiten erfahren kann. Den Werbeeinfluss, den eine Webseite und vor allem Social Media haben können, sollte man natürlich auch nicht vergessen.

Claudia Häffner: Jeder Unternehmer muss für die Zukunft planen, und wie es die „Großen“ schon lange vormachen, müssen auch wir uns hybrid aufstellen. Wobei unser erstes Ziel nach wie vor ist, unsere Kunden in die Läden zu bringen, um die Vorteile des stationären Handels zu genießen. Regionale Wirtschaftskreisläufe spielen hier natürlich eine wichtige Rolle.

Daniela Kaiser: Wer teilnimmt, ergreift die Chance, sich digital an die aktuelle Zeit anpassen und direkt von Digital Natives lernen zu können. Wer die Entscheidung trifft, nichts am bisherigen Vorgehen ändern zu wollen, muss damit rechnen, dass sich von allein auch nichts am Unternehmenserfolg ändern wird. Die Chance bietet sich genau jetzt und deshalb sollte man aus seiner Komfortzone raus und „einfach mal machen“.

Interview: ANDREA PITSCH

Weitere Infos, Kosten und Anmeldung unter www.wifo-hersbruck.de