



PALAIS HIRSCH
Adriana trat bei „Peter und der Wolf“ auf
▶ Seite 11

SCHWETZINGEN

EPELHEIM
Sina Kabir ist der neue Fischerkönig
▶ Seite 12

Donstag 7. JULI 2015 / Seite 9

www.schwetzingen-zeitung.de

SZ/HTZ

Im Gespräch: Trendforscher Andreas Haderlein referiert bei Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung über die Modellstadt Wuppertal

Den Dämon Internet selbst gut nutzen

Von unserem Redaktionsmitglied Jürgen Gruler

Zu einem Impulsvortrag holen Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung einen interessanten Referenten nach Schwetzingen. Am Mittwoch, 22. Juli, um 19 Uhr referiert im Palais Hirsch der Frankfurter Unternehmensberater und Zukunftsforscher Andreas Haderlein (42) zum Thema „Ein digitaler Mantel für den lokalen Handel – vom E-Commerce zum Local Commerce“. Wir haben im Vorfeld mit ihm über die Chancen des Handels und Portale wie Online City Wuppertal gesprochen.

Markieren die großen Onlinehändler eine Art Endzeit für den regionalen Einzelhandel?

Andreas Haderlein: Was Amazon und Zalando auf jeden Fall deutlich machen, ist die Tatsache, dass die Vertriebshöhe nicht mehr beim stationären Handel liegt. Solange es Handel gibt, müssen Menschen den Weg zu den physischen Marktplätzen auf sich nehmen, um Produkte zu erwerben. Damit ist spätestens seit der Erfindung des E-Commerce Schluss – von fahrenden Händlern, dem klassischen Katalog-Versandhandel oder Shopping-TV einmal ganz abgesehen. Der Handel steht vor einem fundamentalen Paradigmenwechsel: Kaufen war lange Zeit gebunden an die „Aufenthaltspflicht“ des Kunden im Laden. Dies brachte den umliegenden Händlern und Marktbesuchern Frequenz und direkt adressierbare potenzielle Laufkundschaft, sondern es machte aus dem Einkauf eine Kulturtechnik: das Shopping. Flanieren und der spontane Kaufimpuls sind so die Eckpfeiler der Konsumkultur des 20. Jahrhunderts. Ob sie es auch im 21. Jahrhundert bleiben, wird davon abhängen, wie gut Städte, Händler, Immobilienwirtschaft und alle Akteure der Stadtentwicklung den Wandel annehmen und neue Ideen für alte Marktplätze entwickeln. Die lokale Bevölkerung wird zwangsläufig irgendwann erkennen, dass das eigene Konsumverhalten zur Erhaltung oder Zerstörung von innenstädtischer Lebensqualität beiträgt.

Was können Einzelhändler tun, um selbst im Netz erfolgreich zu sein?

Haderlein: Es gibt keine Patentrezepte, aber Mindestanforderungen an den Handel, der sich letztlich ja beruflich darum zu kümmern hat, Kunden ins Geschäft zu bekommen. Kunden aber, die heute nicht mehr kommen müssen und von denen viele zuerst in einer Suchmaschine das Produkt suchen und dann erst beim Händler – vor Ort oder im On-

line-Shop – aufschlagen. Anders gesagt, das Internet ist immer 1A-Bestlage, wenn man die Stellschrauben zu drehen versteht. Es gibt leider noch immer genügend inhabergeführte Geschäfte, für die eine Aktualisierung des Google-Map-Profiles mit aktueller Telefonnummer, geschweige denn die Aktualisierung der eigenen Website eine Herausforderung darstellt. Letztlich verbergen sich dahinter Weiterbildungslücken und ein Mangel an Lösungsansätzen, die auch klassische Verbände oder Interessengemeinschaften bisher nicht zu beheben imstande sind. Vielerorts fehlt der „Moderator des Wandels“, der dem lokalen Handel als geschlossene Einheit den Weg in das digitale Zeitalter ebnet. Der erste Schritt für einen erfolgreichen Umgang mit dem Netz ist, dessen Dämonisierung sein zu lassen und die Chancen für den stationären Handel zu nutzen. Oder: Den E-Commerce mit den eigenen Waffen schlagen.

Mit Online City Wuppertal (OCW) gibt es ein Modell der Zusammenarbeit. Wie funktioniert das?

Haderlein: Unter dem Slogan „Lokal 1A shoppen – offline wie online“ soll in der lokalen Konsumbevölkerung ein Bewusstsein für die digitale Kompetenz des lokalen Handels geschaffen werden, das sich letztlich positiv auf Frequenz und Umsatz in den Geschäften auswirkt. Das Projekt ruht auf drei zentralen Säulen: Zum einen (1. Säule) sind die meisten der mittlerweile 60 Händler seit Ende November 2014 auf einem lokalen Online-Marktplatz mit stationär verfügbaren Produkten präsent, die bei Bestellung bis 16.30 Uhr



Andreas Haderlein fordert zur aktiven Nutzung der Online-Kanäle auf. BILD: EHLHAUSER

am selben Abend per DHL zum Kunden gebracht werden. Damit reagieren unsere Händler auf ein verändertes Kaufverhalten, das zunehmend durch die Online-Produktumschere geprägt ist. Selbst OCW-Händler ohne Produkte auf dem Marktplatz können Lieferungen aus dem Geschäft heraus in Auftrag geben. Im Kern aber kommen bei den engagierten OCW-Händlern, die viele Produkte auf den Marktplatz gebracht haben, mehr Kunden ins Geschäft. Wir gehen von 10 bis 20 Prozent Freiqundgewinn im Schnitt aus.

Wir sind mit 25 Händlern gestartet. Diese OCW-Pioniere hätten wir aber nie für das Projekt begeistern können, wenn wir nicht im Vorlauf und parallel begleitend Schulungen (2. Säule) angeboten hätten. Mit den Schulungen wird eine nachhaltige Sensibilisierung für die zeitliche und finanzielle Investition in das Thema Multichanneling erzielt.

Zu guter Letzt wird derzeit ein „Retail Lab“ (3. Säule) für neue stationäre Verkaufskonzepte realisiert. Hier werden in einer Shop-in-Shop-Lösung lokale Online-Händler, aber

auch etablierte Multichannel-Händler in die Fläche gebracht. Außerdem wird an der betreffenden Rathaus-Galerie in Wuppertal-Elberfeld eine zentrale Abholstelle inklusive Drive-in-Schalter für Kurier und Kunden des lokalen Versandhandels vorort sein. Bislang hat sich noch keine Stadt über die grundlegenden logistischen Bedingungen von innerstädtischen Lieferkonzepten des lokalen Handels Gedanken gemacht. Die Wuppertaler Erkenntnisse werden entscheidend dazu beitragen, die Wirtschaftlichkeit mit täglicher Lieferung zu beurteilen.

Und wie läuft es jetzt wirklich?

Haderlein: Wir sind mit 400 Produkten auf dem Online-Marktplatz gestartet. Mittlerweile gehen wir auf die 8000 zu. Und noch immer ist das natürlich nicht relevant gegenüber den etablierten Marktplätzen wie eBay oder Amazon. Das heißt, wir müssen im Projektmanagement natürlich immer mit einem Henne-Ei-Problem umgehen und es zu umfassen versuchen. Eine Bewerbung des Marktplatzes nach dem Gießkannen-Prinzip über Radio oder Anzeigen macht noch keinen Sinn. Die wichtigste Werbung findet über die Ladenhändler im Gespräch der einzelnen Händler mit ihren Kunden statt. Klar ist aber auch, nicht nur die Händler betreiben so etwas wie „Learning by Doing“ durch ihr OCW-Engagement. Auch wir im Projektteam lernen fast täglich hinzu und entwickeln gemeinsam mit unserem technischen Partner Atalanda und einer lokalen Agentur Instrumente zur stärkeren Implementierung des Online-Marktplatzes in Wuppertal. Da wir als nationales Pilotprojekt natürlich auch einen Auftrag zum Wissenstransfer haben und nicht alle Anfragen individuell bearbeiten können, veranstalten wir am 3. November auch den ersten deutschen „Local Commerce Kongress“ in Wuppertal.

Was brauchen Sie als Kunde online, um vor Ort ins Geschäft gelockt zu werden?

Haderlein: Die wichtigste Stellschraube ist die Verfügbarkeitsan-

Zur Person

■ **Andreas Haderlein** (42) ist Wirtschaftspublizist und selbstständiger Unternehmensberater. Von 2002 bis 2011 arbeitete er für das renommierte **Zukunftsinstitut** von Matthias Horx, wo er auch die Weiterbildungseinrichtung „Zukunftsakademie“ leitete.

■ Als **Trend- und Zukunftsforscher** veröffentlichte er zahlreiche **Studien** und **Trenddossiers**, darunter „Future Shopping“ (2009) und „Die Netzgesellschaft – Schlüsselrends des digitalen Wandels“ (2011). Im September 2012 erschien sein **„Ratgeber“** „Die digitale Zukunft des stationären Handels“, in dem er sich mit Multichannel-Strategien auseinandersetzt.

■ Aktuell beschäftigt sich der studierte Kulturanthropologe intensiv mit den Themen **Innenstadtver-ödung**, Stadtentwicklung und Einzelhandelsförderung.

■ Andreas Haderlein lebt mit seiner Frau und zwei Kindern in Frankfurt.



Das Duo Laurent Leroi und Julie André sorgt musikalisch für einen Hauch Frankreich. BILD: ZG

Schlossgarten: Matinee zum französischen Nationalfeiertag

Ein Fest aufs schöne Leben

Dafür hat Schwetzingens Oberbürgermeister Dr. René Pöhl gern die Schirmherrschaft übernommen: Am Sonntag, 12. Juli, lädt ab 11 Uhr die Deutsch-Französische Vereinigung Rhein-Neckar (DFV) in den Garten des Schlosses ein, um den zwei Tage später stattfindenden Nationalfeiertag des Nachbarlands zu feiern. Für den Honorarkonsul der französischen Republik, Folker R. Zöllner, war es keine Frage, diese Veranstaltung aktiv zu unterstützen. Er hat sein Kommen fest zugesagt.

Bisher hat die Matinee immer in Mannheim stattgefunden, sie wird nun zum ersten Mal außerhalb der Metropolregion Rhein-Neckar sollte diese Feier an wechselnden Orten stattfinden, sind sich Honorarkonsul Zöllner und sein Amtsvorgänger Michel Maugé einig – Letzgenannter ist auch Vorsitzender der DFV. Schwetzingen sei nur der Anfang, die Metropolregion soll stärker in den Fokus gerückt werden.

Begleitprogramm mit Chansons

Neben kurzen Ansprachen wird Gemütlichkeit großgeschrieben. Das ist einer Pressemitteilung der DFV zu entnehmen, wo es heißt: „Die Matinee ist ein Muss für alle Freunde Frankreichs, die mit Gleichgesinnten ein paar Stunden die Leichtigkeit und Beschwingtheit des ‚savoir vivre‘, des schönen Lebens, erleben möchten.“

Freunden des französischen Chansons ist der Name Laurent Leroi mindestens geläufig, viele kennen ihn als Akkordgeleitete bei den „Coleïmes“ oder seiner aktuellen Formation, „Les Primitifs“. Zusammen mit der Sängerin Julie André wird sichergestellt, dass auch in musikalischer Hinsicht französische Gefühle wachgerufen werden.

Die Veranstalter hoffen auf gutes Wetter, um im Garten vor „Lachers Schlossrestaurant“ feiern zu können – sicherheitsshalber wurde aber auch das Foyer angemietet. zg

i Es wird ein Beitrag von 4 Euro pro Person einschließlich Park Eintritt erhoben, Kinder bis zwölf Jahre zahlen nichts. Aus organisatorischen Gründen bindet die Veranstalter um Anmeldung: Telefon 06203/953245, E-Mail achim.wirths@dfv-rhein-neckar.org.

HOCHWERTIGE MARKISEN AUS DER REGION

Autorisierter Premium-Partner:
heckert gmbh
mannheimer landstraße 15
68782 brühl/baden
T 06202 947 99 66
www.heckert-markisen.de

HECKERT sonnenschutztechnik
markisen · wintergärten · terrassendächer · haustüren · fenster

KLAIBER MARKISEN

www.klaiber.de

Walter-Rathenau-Straße: Leser unserer Zeitung fragen nach, wie es mit dem Mehrfamilienhaus am Rondell weitergeht

Brandhaus soll wieder bewohnbar sein

Die Fenster sind zum Teil mit Platten abgedeckt, auch Rufflecken an der Fassade erinnern noch an den schrecklichen Brand vor elf Monaten: In der Nacht zum 4. August 2014 sah der aufmerksame Taxifahrer Oliver Schilling dichten Qualm aus dem Mehrfamilienhaus in der Walter-Rathenau-Straße quillen. Er rannte ins Gebäude, hämmerte an Türen, um die Bewohner zu warnen. Nachbarn hatten bereits die Feuerwehr alarmiert. Dann ging alles ganz schnell. Bewohner kamen mit leichten Verletzungen und dem Schrecken davon. Der Sachschaden wurde auf über

100000 Euro geschätzt (wir berichteten). Seitdem steht das Haus in der Nordstadt leer. Leser unserer Zeitung fragten via Facebook nach, was denn mit dem Haus werde. An solch exponierter Lage – am Eingang der Stadt – sähe es mit den Platten an Fenstern und dem Ruff an der Fassade nicht einladend aus. Dabei sollen, geht es nach der Objektentwerferin „FLÜWO Bauen und Wohnen eG“, ab September dort wieder Menschen einziehen. Über die Internetseite „www.immobilienscout24.de“ ist es seit kurzem möglich, ab dem 1. September wieder Woh-

nungen im Haus am Rondell zu mieten. Die „FLÜWO“ wirbt dort mit einem vermutlich vor dem Brand entstandenen Foto, auf dem das Gebäude unversehrt aussieht, für Dreizehner-Wohnungen mit etwa 59 Quadratmetern (Warmmiete: 593 Euro). Kaum zu glauben ob des jetzigen Zustandes, dass in zwei Monaten dort wieder Mieter einziehen könnten: „Das kann ich mir nicht vorstellen“, sagte auch ein Mitarbeiter der Polygonvarto GmbH. Das deutschlandweit tätige Unternehmen weilt dieser Tage in einem Nachbargebäude, um dort einen Wasserschaden zu behe-

ben. Mitarbeiter von Polygonvarto waren es aber auch, die im Vorjahr nach dem Brand für so genannte Sofortmaßnahmen in das Mehrfamilienhaus in der Walter-Rathenau-Straße gerufen worden sind: Sie entfernten Schutt und reinigten Wohnungen, wurde eine entsprechende Anfrage unserer Zeitung bei der Firma bestätigt. Die Eigentümerin „FLÜWO“ wollte gegenüber unserer Zeitung trotz mehrfacher Nachfragen keine Stellungnahmen, wie der Zustand des Gebäudes ist und wie die Pläne dafür aussehen. kts



Das Bild entstand am vergangenen Freitag. Im Internet werden Wohnungen im Brandhaus in der Walter-Rathenau-Straße ab September angeboten. BILD: LENHART