

Warum gibt es eigentlich kein europäisches Amazon, Google, Facebook...? Nun ja, vielleicht einfach, weil wir Europäer so etwas irgendwie nicht hinbekommen. Anfang Dezember 2020 hatten wir gezeigt, wie das „Kaufhaus Österreich“ erfolgreich angetreten ist, genau dies wieder einmal unter Beweis zu stellen. Seit dem Cyber Monday (30.11.2020) war die lokale Shopping-Plattform online und wurde landesweit beworben.

Dieses Projekt zog viel Spott und Häme auf sich. Wie ich finde, sehr zu Recht. Schon auf Basis der Informationen, die im Dezember vorlagen. Doch nun gibt es Neuigkeiten, die das Ganze nicht besser machen. Ganz im Gegenteil.

Betreiber des Kaufhaus Österreich sind das österreichische Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort und die Wirtschaftskammer Österreich. Umgesetzt wurde das Projekt vom staatlichen Bundesrechenzentrum für schlappe 627.000 Euro. Es war klar, dass es bei diesem knappen Budget eng werden würde. – Das schrieb ich im Dezember. Nun wurde bekannt, dass das tatsächlich zu knapp war. Es sind dann doch eher 1,26 Millionen Euro, der ORF beziffert dies sogar auf mehr als 1,5 Millionen Euro.

Technikkosten: 603.670,32 €

eCommerce (KMU-Umfrage, Webinare, Videoclips, Entwicklung Markenrechte) 243.141,80

€

Technikkosten seit dem Launch: 192.286,44 €

Technischer Betrieb: 2.642,50 €/Monat

Wartung 2.566,00 €/Monat

Marketing (TV, Online, Print, Social Media): 220.940,18 €

Und jetzt tief Luft holen: Das Kaufhaus Österreich soll nun geschlossen werden.

Begründung: *„Mit der nunmehrigen Wiederöffnung des Handels wird daher der Kundenbereich des Portals, welcher als Unterstützungsmaßnahme im Lockdown während der Weihnachtszeit konzipiert war, offline genommen und der Fokus auf Händler gesetzt.“*

Es soll eine Neuausrichtung erfolgen und das Kaufhaus Österreich zu einer Unternehmensplattform entwickelt werden. Diese soll dann dem Wissenstransfer in Sachen eCommerce für kleine und mittlere Handelsunternehmen dienen. *„Das E-Commerce-Projekt Kaufhaus Österreich soll als qualitätsgesicherte Basisinfrastruktur für Online-Shops weiterhin einen Beitrag zur Stärkung von E-Commerce in Österreich leisten“*, so das österreichische Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort (BMDW).

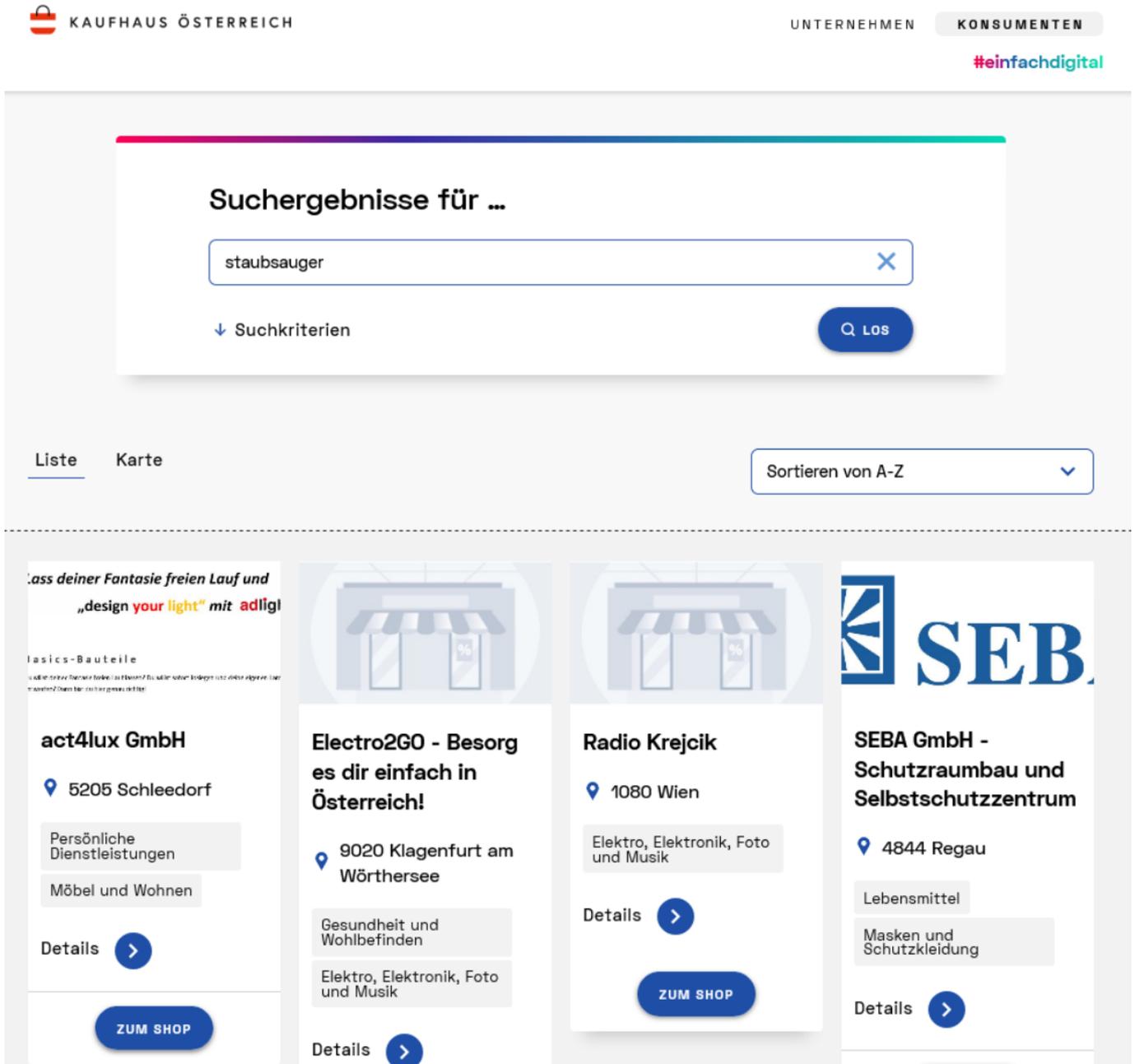
(Quelle: Der Brutkasten)

Von dieser technischen Infrastruktur sollen rund 70 Prozent auch nach der Neuausrichtung weiter genutzt werden.

Dieses Digitale ist nicht nur für uns Deutsche immer noch Neuland. Fragt sich nur, wie lange noch...

[Ab hier geht der Text aus dem Dezember weiter] Man entschied sich für den Begriff „Kaufhaus“, was einer gewissen Ironie nicht entbehrt. Befinden sich doch Kaufhäuser mit ihrem innovativen Konzept derzeit geradezu auf der Überholspur.

Herausgekommen ist beim Kaufhaus Österreich eine - sagen wir einmal „verbesserungswürdige“ - Linksammlung, deren Suche zwar Ergebnisse liefert, nur dass man danach gar nicht gesucht hat. Ein Beispiel: ich habe nach „Staubsauger“ gesucht.



Auch wenn wir einmal die Regionalität außer Acht lassen (ich war in Hamburg als ich gesucht habe), frage ich mich, warum das Kaufhaus Österreich mich zu einem Unternehmen für den Schutzraumbau schicken möchte. Immerhin, wenn man sich dorthin klickt, bekommt man sofort den brandneuen Schutzraum-Folder angeboten. Vergiss den Staubsauger!

Und das Kaufhaus-Design ... viel mehr geht heute im Web ja bekanntlich nicht.

Die Betreiber sagen über das Kaufhaus Österreich, es sei eine „qualitätsgesicherte Basisinfrastruktur für Online-Shops“. Erklärtes Ziel ist, „einen Beitrag zur Stärkung von E-Commerce in Österreich zu leisten“. Was den Macher:innen jedenfalls gelungen ist: sie sorgen seit dem Launch für große Belustigung in diesem Neuland.

Sicherlich wird mit nur wenig mehr Geld noch etwas richtig Gutes aus dem Kaufhaus Österreich, das zurzeit noch nicht einmal barrierefrei ist. Und dann zeigt das Kaufhaus Österreich Amazon mal, wo der Barthel den Most holt.

Wer noch etwas mehr über dieses Debakel lesen möchte, bitte [hier](#), [hier](#) oder hier entlang zum sehr kurzweiligen [Twitter-Hashtag](#).