



## Lokaler Online Marktplatz

Ein Marktplatz war immer der zentrale Treffpunkt einer Innenstadt. In den Kommunen wird aber immer deutlicher: Wer seinen Bürgern und Besuchern ein attraktives Einzelhandelserlebnis bieten will, der muss seine Händler bei der Digitalisierung begleiten. Es gilt also lokalen Händlern und Filialisten einen Online-Auftritt und damit mehr Sichtbarkeit im Internet zu verschaffen, die der Kunde dann aber auch lokal zuordnen kann. Diese Lücke versuchen seit ca. zwei, drei Jahren junge StartUps mit lokalen Onlinemarktplätzen zu füllen. Aber auch große Player wie Ebay versuchen sich auf dem lokalen Spielplatz. Als Pureplayer hatte das Unternehmen in den letzten Jahren massiv verloren und ringt seit geraumer Zeit um eine Neupositionierung. Der Internetriese muss dringend wieder mehr Händler und Kunden erreichen. Was liegt da näher, als sich direkt an den stationären Handel zu wenden.

## Innenstadtleben digital transformieren

Insbesondere in kleineren und mittleren Innenstädten haben es die lokalen Händler jedoch schwer online Inspiration, Erlebnis und Beratung zu bieten. Nun könnte man meinen, die Antwort wäre, dass einfach jeder Händler seinen eigenen Online-Shop aufmacht. Dem stehen in erster Linie zwei Probleme entgegen: Erstens haben viele der kleineren Händler noch kein Warenwirtschaftssystem und keine Real-Time-Bestandsführung. Zweitens haben kleinere und mittlere Händler und Filialisten mit einer Online-Präsenz das Problem der Sichtbarkeit und Auffindbarkeit. Die gängigen Suchmaschinen werden schließlich von den größeren Anbietern wie Amazon und Co dominiert.

### Ein Lösungsansatz...

... ist tatsächlich die Bündelung mehrerer Händler als Gemeinschaft, unter Ausnutzung der lokalen Kompetenz und Bekanntheit. Erste Ansätze dafür gibt es bei mehreren Projekten und Plattformen, wie z.B. „Online-City Wuppertal“ und „Mönchengladbach bei Ebay“. Aber fehlt dort nicht etwas? Reicht es tatsächlich nur Produkte anzubieten? Die Stadt Langenfeld und der Marketingverbund Kommit e.V. glauben fest daran, dass auch andere Angebote auf den lokalen Marktplatz gehören – beispielsweise das Angebot von Dienstleistungsunternehmen, Gastronomen oder auch lokaler Vereine. Auch das Serviceangebot der Stadt könnte ein wichtiger Bestandteil sein.

**SHOPPING  
MITTE**



Das Hauptunterscheidungsmerkmal zu anderen Marktplatz-Angeboten und Plattformen soll der holistische Ansatz und der Eintrittsweg sein, der auf die Lokalität fokussiert ist. Das Ziel

ist es, eine Online Plattform zu gestalten, auf der lokale Bürger eine größtmögliche Übersicht und Bestellmöglichkeit, nicht nur für Handel, sondern auch Gastronomie, Dienstleistungen und Services bekommt. Selbstverständlich verbunden mit Liefer- und Reservierungsoptionen und Einbindung in ein lokales Kundenbindungsprogramm. Auch die Einbindung von Verkehrs- und Parkinformationen, mit dem Ziel der Verkehrssteuerung, ist angedacht.

## Auf der Suche nach einem starken Partner

Die vernetzte Innenstadt war eines der Projekte, das in der Initiative FUTURE CITY Langenfeld als erstes diskutiert wurde. Bislang sind die Bemühungen, mit jungen Anbietern von Online-Marktplätzen einen ganzheitlicher Ansatz für die Innenstadt zu entwickeln jedoch nicht so erfolgreich verlaufen wie man es sich gewünscht hätte.

Es wird spannend werden, ob sich in der StartUp-Szene jemand dieser Herausforderung stellen wird, oder ob es am Ende doch nur die global Player sein werden, die das lokale Innenstadtleben digital transformieren können.

Titelbild: Gratisography; Beitragsbild: FUTURE CITY Langenfeld