

Neue Anlaufstelle für Schnäppchenjäger

Stadt richtet Online-Outlet ein – Unterstützung für Handel und Werbeaufirma

Hanau bekommt ein Outlet-Center – zumindest ein virtuelles. Unter der Internetadresse www.hanau-outlet.jetzt öffnet heute eine Anlaufstelle für Schnäppchenjäger. Neun Hanauer Händler präsentieren dort Waren mit erheblichem Preisvorteil. „Wir wollen damit einen Beitrag leisten, dass insbesondere die leidgeplagte Textilbranche ihre Lager leer bekommt“, sagt Hanaus Oberbürgermeister Claus Kaminsky. „Viele kämpfen wegen des Lockdowns um ihre Existenz. Diese Sorgen haben wir aufgenommen und mit unserem Online-Outlet einen neuen Vertriebskanal aufgemacht.“

Müller-Ditschler, Sport Fink, Oui Store, Catwalk, Glam Luxury Style, Geppetto Kids, Sergent Major, Wohnsinn und Esprit präsentieren ab heute auf der zentralen Plattform ausgewählte Produkte, die sie zu Vorzugspreisen anbieten. Jedem, der über das neue Portal einkauft, schenkt die Hanau Marketing GmbH, die das Projekt realisiert hat, noch einen 5-Euro-Grimmscheck, der dann nach Wiedereröffnung der Geschäfte beim nächsten Einkauf eingelöst werden kann. „Wir leisten damit einen weiteren Beitrag zur Unterstützung des Handels“, erklärt Martin Bieberle, Geschäftsführer der Hanau Marketing GmbH.

Die HMG unterstützt mit dem Projekt aber nicht nur den Einzelhandel, sondern auch andere, von der Pandemie besonders hart betroffene Unternehmen, denn umgesetzt worden ist die neue Plattform von der im Hanauer Industriegebiet Nord ansässigen Werbebaugesellschaft mbH (werbebau). „Diesem international tätigen Messebauunternehmen ist wie der ganzen Branche vor gut einem Jahr quasi über Nacht das gesamte Geschäft weggebrochen, denn Messen finden weltweit nahezu nicht mehr statt“, erläutert Hanaus Oberbürgermeister. „Für werbebau war das doppelt bitter, denn das Unternehmen hatte sich gerade erheblich erweitert und seinen Firmensitz auf Vermittlung unserer Wirtschaftsförderung von Bruchköbel nach Hanau verlegt“, blickt Kaminsky zurück. Statt der geplanten Expansion habe der Lockdown dann aber zum weitgehenden Stillstand des Kerngeschäftes geführt.

Werbebau machte aus der Not aber eine Tugend und entwickelte frühzeitig Ideen für digitale Messepräsenzen, virtuelle Events und hybride Unternehmenskommunikation. Auf diesem Knowhow fußt auch das Online-Outlet-Projekt: Werbebau hat ein digitales Umfeld für den klassischen Lagerverkauf geschaffen. Hinter den Türen des virtuellen Backstein-Gebäudes warten dann die echten Verkäuferinnen und Verkäufer der teilnehmenden Geschäfte, die in authentischen kurzweiligen Videos die ausgewählten Produkte vorstellen. Diese lassen sich dann mit wenigen Klicks über die jeweiligen Online-Shops oder über Click-und-Collect-Funktionen bestellen.

„Wir probieren hier auch eine gemeinschaftliche Online-Präsenz von Hanauer Händlerinnen und Händlern aus, die uns sicherlich Erfahrungswerte liefern wird, wie wir auf diesem Feld weitermachen werden“, sagt Bieberle. Die Stadt habe sich bewusst dazu entschieden, keinen Schnellschuss zu machen und wie viele andere Städte Online-Marktplätze aus dem Boden zu stampfen. „Wir wollen über den gerade gestarteten ‚Online-Check‘ zunächst den Bedarf der Hanauer Geschäftswelt ermitteln und dann im zweiten Halbjahr zielgerichtete Maßnahmen ergreifen“, skizziert der HMG-Geschäftsführer den weiteren Fahrplan. Beim Online-Outlet sei man von dieser Linie etwas abgewichen, da insbesondere die Textilbranche sofort Unterstützung benötige. „Wenn sich das bewährt, könnte diese Online-Plattform aber auch eine dauerhafte Einrichtung werden, die zu verschiedenen Ausverkaufs-Zeiträumen dann immer wieder genutzt werden könnte“, sagt Bieberle.