Wie kleine Händler jetzt den Laden schupfen

Lungauer Wolle erlebt in der Pandemie einen Boom – dank Onlineshop. Andere Betriebe setzen auf Click & Collect und soziale Medien.

STEFANIE SCHENKER

SALZBURG. Eigentlich ist Matthias Ferner seit sechs Jahren in Pension. Weil er für sein Trachten- und Wollgeschäft in Tamsweg aber seit eineinhalb Jahren niemanden für den Verkauf findet – er könnte zwei Vollzeitkräfte beschäftigen –, macht er alles selbst. Das gilt auch für den Wolle-Onlineshop, den er schon vor der Pandemie in Eigenregie gestartet hat und seit zwei Jahren erweitert und mit einer Online-Bezahlfunktion ausgestattet hat. Denn bis vor Kurzem mussten die Kunden ihre Bestellungen noch per Rechnung bezahlen.

BILD: SN/JAMA

„Wir setzen auf Window-Shopping und soziale Medien."

Barbara Obermaier-Huber, Jama

Während der Trachtenverkauf im Geschäft praktisch zum Erliegen gekommen ist, ist Handstrickwolle gefragt wie nie. „Zehn bis 15 Packerl Wolle pro Tag verpacke ich jetzt", schildert Matthias Ferner. Auch das macht er selbst. Dafür freut er sich über einen Umsatzboom im Wolle-Onlineshop. Seit Beginn der Pandemie ist der Umsatz dort um 300 Prozent gestiegen – und das obwohl der Shop längst nicht das bietet, was Onlinekunden heutzutage erwarten würden. Aber: „Wir haben fast keine Coronahilfen vom Staat benötigt. Vor allem die Lungauer Sockenwolle ist gefragt", sagt der Unternehmer. Denn sie sei weich und strapazierfähig. Die Pakete gehen nach Österreich, Deutschland, aber auch in andere EU-Länder. Sogar Anfragen aus Japan und Russland haben ihn erreicht – wegen der hohen Frachtkosten sei es aber zu keinem Geschäftsabschluss gekommen. Jetzt ist Matthias Ferner dabei, seinen Onlineshop zu professionalisieren. Sein Ziel sind 30 bis 40 Packerl, die er pro Tag verpacken und verschicken will.

Die Wolle, die Matthias Ferner im Onlineshop verkauft, wird im Betrieb seines Sohnes Matthias Ferner jun. und dessen Frau Marlene Ferner in Unternberg produziert. Mit der Pandemie sind bei ihnen viele Großkunden ausgefallen – die immerhin die Hälfte des Gesamtumsatzes ausgemacht haben. „Die gestiegene Nachfrage im Handstrickbereich hat das aber fast alles wettgemacht", berichtet Marlene Ferner. Wesentlich dazu beigetragen habe zum einen der Wolle-Onlineshop des Schwiegervaters, aber auch die vielen Handarbeitsgeschäfte, die seit dem ersten Lockdown erfolgreich auf Click & Collect gesetzt hätten, erzählt die Lungauerin.

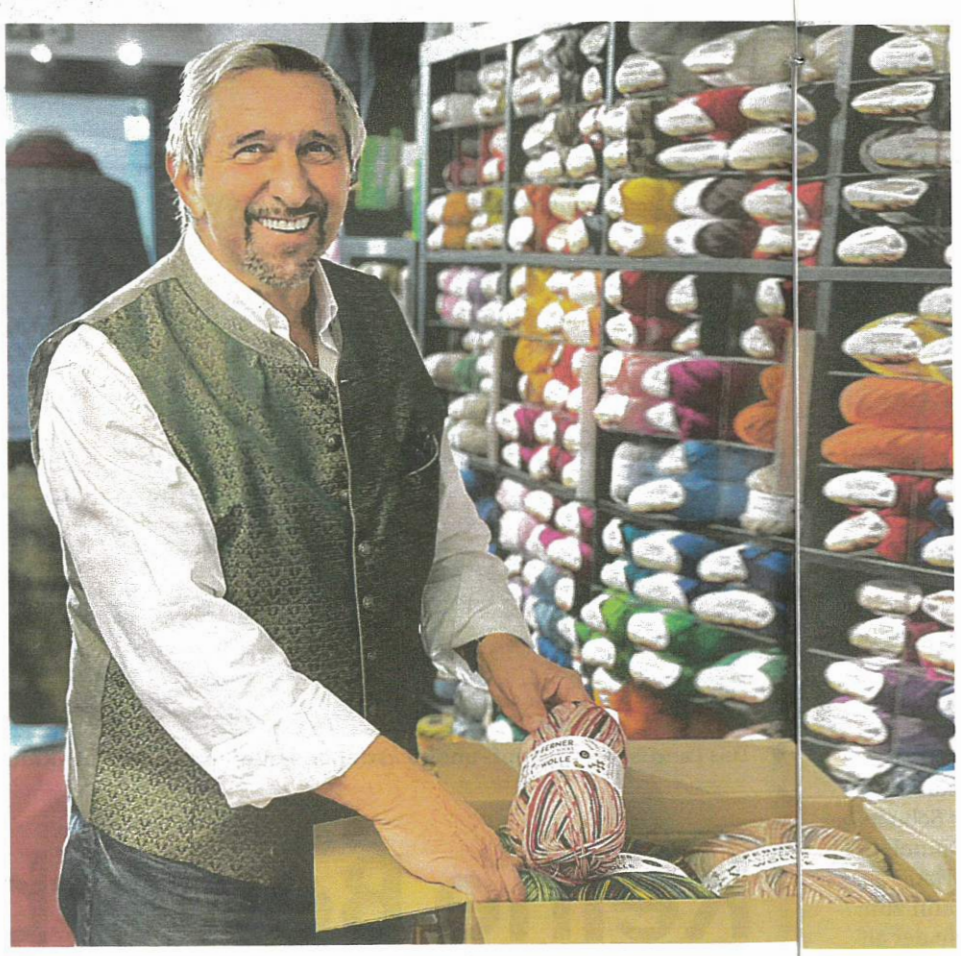
BILD: SN/BERGSPEZL

„Unsere Shops sind jetzt auch unsere Versandlager."

Stefan Scherholz, Bergspezl

Im Vorjahr gaben Österreicher rund 10,5 Milliarden Euro im Onlinehandel aus. Der Großteil davon, nämlich 70 Prozent, ging an Unternehmen, die ihren Sitz nicht in Österreich haben. Dabei hätten seit Beginn der Pandemie gerade klassische heimische Einzelhandelsunternehmer ihre Onlineangebote erfolgreich auf- oder ausgebaut, sagt Ivo Rigaud, der Obmann des Versand- und Internethandels in der Salzburger Wirtschaftskammer. Sein eigenes Unternehmen, Ivo Haas, blickt vor allem im Bereich Lehrmittelbedarf auf langjährige Erfahrung im Versand- und Onlinehandel zurück. 80.000 Kunden aus Deutschland und Österreich, darunter unzählige Schulen, haben schon vor der Pandemie über die Homepage von Ivo Haas bestellt. Jetzt ist der Onlineverkauf auch im Bereich des Künstlerbedarfs gestiegen. „Beides parallel – online und stationärer Handel – wird die Zukunft sein", meint Ivo Rigaud.

Im diesjährigen Frühjahr bei null begonnen hat Sportartikelhändler Bergspezl. „Jetzt sorgt unser Onlineshop dafür, dass wir mit einem blauen Auge davonkommen", schildert Geschäftsführer Stefan Scherholz. Die Herausforderung: Das Unternehmen mit vier Geschäften – zwei in Salzburg sowie je eines in Wien und Oberösterreich – hat kein Zentrallager, von dem aus Waren in alle Richtungen verschickt werden könnten. Dank einer innovativen Softwarelösung sind jetzt alle Standorte gleichzeitig auch Versandstandorte. „Der große Vorteil ist, dass ich das mit derselben Mannschaft machen kann, die auch im Geschäft den Verkauf macht", sagt Scherholz. Noch werden die Bestellungen je nach vorhandener Kapazität auf die Standorte und damit auch auf die Mitarbeiter verteilt – die diese dann mittels App abwickeln und versandfertig machen. In Zukunft solle diese Aufgabe künstliche Intelligenz übernehmen, sagt Scherholz.



Matthias Ferner macht täglich bis zu 15 Wollpakete versandfertig. Eva und Daniel Oppeneiger setzen auf Outdoor-Shopping. Bei Ivo Haas – im Bild Geschäftsführer Ivo Rigaud – hat man jahrzehntelange Erfahrung im Versandhandel.

BILDER: SN/MARLENE FERNER, L. MASSER, STEFANIE SCHENKER

Bewusst gegen einen Onlineshop entschieden haben sich Eva und Daniel Oppeneiger, die in Radstadt ein Spielwarengeschäft führen. Sie setzen auf kontaktloses Outdoor-Shopping. „Die Kunden bestellen per Telefon, WhatsApp, Facebook oder Instagram und holen die Ware dann ab. Damit wir drinnen hören, wenn wer vor der Tür steht, haben wir vor der Tür eigens eine Glocke montiert", schildert Eva Oppeneiger. 20 bis 30 Prozent des Jahresumsatzes macht sie normalerweise in der Vorweihnachtszeit. Das jetzt „durch die Tür zu quetschen wird schwierig", sagt sie.

Auf das klassische Schaufenster, aber auch auf Social-Media-Kanäle setzt der Seekirchner Juwelier Jama. Dort würden die Kunden gustieren, ehe sie dann per Click & Collect einkauften. Dennoch mache sie derzeit nicht mehr als 20 Prozent des sonst üblichen Vorweihnachtsumsatzes, sagt Jama-Geschäftsführerin Barbara Obermaier-Huber. Sie hofft jetzt, dass der Handel rasch wieder aufsperren darf. „Viele warten noch mit dem Geschenkekaufen. Je länger der Lockdown dauert, umso größer wird die Panik, kein Geschenk mehr zu finden", sagt sie. Und dann führe der Weg für viele eben wieder zu den Onlineriesen.

Umfrage

Versuchen Sie, auch im Lockdown regional einzukaufen und Angebote wie Click & Collect zu nutzen? **www.SN.at/salzburg**