

Schriftliche Frage Nr. 128 vom 25. Januar 2021 von Frau Stiel an Frau Ministerin Weykmans zum Thema: Online-Verkauf nimmt weiter zu¹

Frage

Laut GrenzEcho Artikel vom 11. Januar 2021 ist der Online-Verkauf von Waren in den Sommermonaten, trotz der Wiedereröffnung der Geschäfte Belgiens, im gleichen Tempo weiter gewachsen. In den ersten neun Monaten des Jahres 2020 wurden Produkte im Wert von 4,9 Milliarden Euro online bestellt, ein Drittel mehr als im gleichen Zeitraum 2019.

Diese BeCommerce Studie zeige zum ersten Mal deutlich, dass das enorme Wachstum im E-Commerce, selbst nach dem Lockdown der Geschäfte, anhält. Dieser Trend wird sich durch die vorherrschende Angst, die den Menschen eingetrichtert wurde, bis ins Jahr 2021 noch mal katastrophal verschlimmern.

Manche werden einwenden, dass es diese Entwicklung schon vor Corona gab, jedoch wurde diese durch die politischen Maßnahmen, berechtigt oder nicht, dramatisch beschleunigt. Auch in der DG werden mittelfristig viele Menschen arbeitslos werden, Geschäfte, kleine und mittlere Betriebe in den Konkurs gehen müssen. Wir werden Leerstände ohne Ende haben.

Es ist eigentlich wie immer. Einige wenige (Plattformen) wachsen exponentiell und die große Basis der kleinen Selbständigen und Arbeitnehmer bleibt auf der Strecke.

Um die kaufinteressierten Ostbelgier zur lokalen Unterstützung zu motivieren, haben Regierung und Ministerium in guter Absicht zwar Kampagnen wie "Sei genial - kauf lokal" geführt, doch haben diese Betriebe einfach nicht die logistischen und preislichen Möglichkeiten wie die Web-Giganten. Sie sind schlicht und ergreifend abhängig vom Unterstützungsgeist der Einheimischen, und dieser leidet ebenfalls zunehmend unter den Restriktionen.

Die Vivant-Fraktion findet diese Entwicklung, die durch - in unseren Augen - fragwürdige Maßnahmen ausgelöst wurden, sehr besorgniserregend; denn am Ende werden wir alle die Rechnung tragen müssen.

Das führt uns zu folgenden Fragen:

1. Gibt es aufschlussreiche Erkenntnisse und Zahlen im Anschluss an die "Sei genial - kauf lokal"-Kampagne?
2. Sind weitere fortführende Kampagnen beschlossen oder in Planung?
3. Welche weiteren Sensibilisierungs- und Mobilisierungsmöglichkeiten sehen Sie in diesem Bereich für die DG?
4. Liegen Ihnen Zahlen zu Umsatzrückgängen bei kleinen und mittleren Geschäften der DG für 2020 vor?
5. Sind vermehrte Konkurse, bedingt durch die Folgen der Krise, in der DG zu verzeichnen? Wenn ja, wie viele? Welche Branchen sind am härtesten getroffen?

Antwort, eingegangen am 23. Februar 2021

Die Kampagne „Sei genial – kauf lokal“ wurde auf Wunsch der ostbelgischen Gewerbevereine sowie IHK und MV von der DG konzipiert und finanziert zwischen dem 20.11 – 21.12 durchgeführt, um die Konsumenten auf die Möglichkeiten der lokalen Händler und ihre online-Angebote inmitten der Corona-bedingten Schließung aufmerksam zu machen. Außerdem sollte das Bewusstsein zur Unterstützung des lokalen Handels bei den Bürgern gestärkt werden.

Die Kampagne bediente sich verschiedenster Werbeformate, die zum Teil ausgewertet werden können (Online-Werbung). Anzeigen in Printmedien und im Rundfunk können

¹ Die nachfolgend veröffentlichten Texte entsprechen den hinterlegten Originalfassungen.

entweder durch Rückmeldungen der Einzelhändler oder durch Leser/Hörerbefragungen ermittelt werden. Ostbelgische Händler haben von einer positiven Resonanz der Kampagne auf das Kundenverhalten berichtet, wobei hier kein Anspruch auf repräsentative Aussagen erhoben werden kann. Leser/Hörerbefragungen zur Kampagne wurden aufgrund des Aufwands, der Kosten und der begrenzten Dauer der Aktion keinen Mehrwert bedeuten und wurden nicht durchgeführt.

„Sei genial – kauf lokal“ wurde folgendermaßen beworben:

- **Ostbelgienlive.be + ostbelgieninfo.be**
Artikel zu „Sei genial - Kauf Lokal“
- **Grenzecho online**
Social Media Artikel
Online Banner (mobile und Desktop: Billboard 38x, Leaderboard 38x, Half-Page 38x) Diese Banner wurden ca. 5.300 Mal angeklickt, was laut Grenzecho die höchste Klickanzahl auf Banner seit Bestehen dieses Formats ausmacht.
- **Radiospots**
3 Spots mit den Themen Lieblingsboutique, Feinkostladen, Dekoladen
Sender : BRF, RadioContact, Radio 400, Radio Sunshine
- **Citylights**
2 Wochen, 12 Werbeflächen in Ostbelgien
- **Printmedien Grenzecho/Ostbelgischer Medienverlag**
6 Anzeigen GE 94 x 420 mm
 - 3x Lieblingsboutique
 - 2x Feinkostladen
 - 1x Dekoladen5 Anzeigen GE 142 x 142 mm – Weihnachten
4 Anzeigen WS/KJ 94 x 420 mm
 - 3x Lieblingsboutique
 - 1x Dekoladen1 Anzeigen KJ 94 x 420 mm (da der Wochenspiegel nicht erschienen ist)
 - 1x Feinkostladen4 Anzeigen WS/KJ 142 x 142 mm – Weihnachten
1 Anzeigen KJ 142 x 142 mm – Weihnachten

Ostbelgische Wirtschaftsakteure beschäftigen sich intensiv mit der Frage, wie die ostbelgischen Händler und auch die Konsumenten den Wandel des Einzelhandels mitgestalten können. Wir sind der Meinung, dass im Bereich Sensibilisierung für den lokalen Einkauf ausreichend Aktionen während der akuten Lock-Down Phase unternommen wurden. Jetzt müssen die strukturellen Probleme angepackt werden, die in einer ersten Phase die Erweiterung der digitalen Möglichkeiten der Händler in den Fokus nehmen. Hier sind weitere Kurse im Bereich Online-Verkauf und Marketing geplant, deren konkrete Termine noch in diesem Halbjahr angekündigt werden. Sensibilisierungsbedarf besteht bei den Händlern bezüglich der digitalen Möglichkeiten in der Organisation, im Marketing und im Verkauf ihrer Produkte. Die Zukunft des ostbelgischen Einzelhandels liegt in einer attraktiven Mischung des online-offline Geschäftes.

Darüber hinaus ist die Anschubkonzeption und -finanzierung einer ostbelgischen E-Commerce-Plattform in Planung, die in einer ersten Phase allen Händler die Einrichtung eines virtuellen Schaufensters ermöglichen wird und in einer zweiten Entwicklungsstufe erweiterte Dienstleistungen wie Bestellungen und Lieferungen anbieten kann.

Einzelne ostbelgische Angaben zu den Umsatzeinbußen sowie zu den Konkursen finden Sie im Monitoring der ostbelgischen Wirtschaft, das Ihnen monatlich zugestellt wird. Seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie hat der Arbeitgeberverband in der Deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens (AVED) in Zusammenarbeit mit der IHK fünf Umfragen bei der

hiesigen Betriebswelt durchgeführt, um die sozioökonomischen Auswirkungen der Pandemie zu bewerten, die ostbelgischen Unternehmen auf ihrem schweren Weg aus der Krise zu begleiten und die politischen Verantwortlichen bei ihren Entscheidungen zu Gunsten der Wirtschaft zu unterstützen. Die letzten drei Umfragen wurden in Zusammenarbeit mit der Mittelstandsvereinigung durchgeführt. Die letzten Ergebnisse der fünften Umfrage (siehe dazu den sechsten Monitoringbericht) spiegeln im Wesentlichen die Stimmungslage der Betriebe mit Stand Anfang November 2020 wieder. Diese Berichte finden Sie unter www.ostbelgienstatistik.be.

Die aktuellsten Daten zu den Konkursen finden Sie ebenfalls in der letzten Langfassung des Monitorings, ebenfalls der sechste Bericht.