

Schüler-Projekt zeigt Weg für einen lokalen Online-Marktplatz auf



Die Kaufmännischen Assistenten des Berufsbildungszentrums haben ein Konzept für einen Online-Marktplatz für Bad Segeberg und Wahlstedt erstellt. Foto: pd

Bad Segeberg (pd). Die Internetauftritte Bad Segeberger und Wahlstedter Unternehmen haben die angehenden Kaufmännischen Assistenten des Berufsbildungszentrums (BBZ) unter die Lupe genommen. Dabei kamen die Schüler zu dem Schluss, dass die Internetauftritte der hiesigen Unternehmen im World Wide Web gar nicht schlecht sind. Außerdem zeigten sie einen Weg auf, mit dem die Unternehmen sich sogar gegen den Online-Handel behaupten können: ein lokaler Online-Marktplatz mit eigenem Lieferservice soll die Zukunftslösung für die Händler in Bad Segeberg und Wahlstedt sein.

Während bislang die großen Online-Portale wie Amazon oder Zalando den Einzelhändlern das Fürchten gelehrt haben, sollen die kleinen Geschäfte nach Vorstellung der Schüler ihren Wettbewerbsvorteil nutzen. Das ist eindeutig die Nähe zum Kunden: Heute bestellen, heute noch geliefert. Zwischen dem Klick und dem Moment, das Gewünschte in Händen zu halten, sollen mit einem gemeinsamen Lieferservice nur noch Stunden vergehen. Jeder Internetshop muss in der Hinsicht passen.

Den Online-Marktplatz der Wup-

portaler Einzelhändler hatten die Schüler als Paradebeispiel herausgegriffen, mit dem auch die hiesigen Unternehmen gut gerüstet in die Zukunft blicken sollen. „Das Erscheinungsbild des Marktplatzes könnte sicherlich ansprechender gestaltet werden“, sagte Dennis Koltunov, der zusammen mit Fenja Cymbala den Lösungsvorschlag der Schüler präsentierte. Sogar einen zweiten Wegweiser hatten die Schüler ins Auge gefasst, allerdings nur kurz. „Eine weitere Idee war ein Einkaufscenter wie in Neumünster. Doch dafür sind die baulichen Voraussetzungen in der Innenstadt gar nicht gegeben, außerdem sind in solchen Centern die Ladenmieten sehr hoch“, sagte Fenja Cymbala.

Vom 5. Dezember an haben die Schüler der Klasse für Kaufmännische Assistenten mit dem Schwerpunkt Fremdsprachen (KAF) sich die Internetauftritte von 152 Unternehmen angesehen, die in Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie unterteilt waren. Danach waren in Bad Segeberg von 119 Firmen 78 mit einer eigenen Webseite vertreten, 41 waren es nicht. In Wahlstedt war von 33 Unternehmen ein einziges nicht im Internet zu finden.

Allen teilnehmenden Betrieben mit Internetpräsenz bescheinigten die Schüler, sich viel Mühe geben zu haben. Die besten Noten bekamen dabei die Gastronomiebetriebe, die nicht nur ihre Internetseite auf den neuesten Stand halten, sondern auch auf Facebook mit ihren Veranstaltungen „uptodate“ sind. Nicht so gut schnitten die Internetseiten der Einzelhändler bei der Bewertung ab. Gänzlich auf Onlinewerbung wollen sich die befragten Firmen nicht verlassen, sondern sie setzten auch auf Werbung in den Printmedien und wollen dies auch in Zukunft beibehalten. An erster Stelle stand dabei als bevorzugtes Werbemedium Basess Blatt.

Klassenlehrerin Jeanette Sengenc hatten das Projekt gemeinsam mit Markus Trettin, Wirtschaftsförderer der „Regionet“ initiiert. Trittin freute sich über die vielen Details, die die Schüler herausgefunden haben, die wiederum in seine weiteren Planungen einfließen werden. Schulleiter Heinz Sandbrink lobte das Engagement der Schüler: „Was Sie geleistet haben, ist ganz große Klasse“, schwärmte er. Ein Unternehmen hätte für ein solches Projekt viel Geld verlangt.