

Rees, Februar 2016

## **Gezieltes Internet- und IT-Know How für die Region**

**Wifo Rees: „Die Themen IT-Sicherheit, Web-Strategie und auch Cloud-Lösungen sind bei kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) aktuell in aller Munde:**

S. Potrykus: „Auf jeden Fall. Die Zeit, als es darum ging im Internet nur dabei zu sein, ist lange vorbei. Aktuell geht es vor allem darum, die Internet-Präsenz dieser Zielgruppe in qualitativ-messbare Ergebnisse zu wandeln, wie bspw. direkter Kundenkontakt durch Anfragen oder Bestellungen, Follower-Zahlen in sozialen Medien oder Internet-Blogs sowie Suchmaschinenoptimierung und -marketing.“

**Wifo Rees: „Wie bewerten Sie diese Entwicklung in Richtung Internet. In Bereichen wie Einzelhandel wird dies ja durchaus kritisch gesehen und für das Sterben von Innenstädten verantwortlich gemacht?“**

S. Potrykus: „Der gefühlte Feind dieser Zielgruppe – das Internet – lässt sich mit einer entsprechenden Strategie und überschaubarem finanziellen und personellen Engagement sehr effektiv und vor allem mit messbarem Erfolg nutzen. Das funktioniert auch regional und lokal, bspw. durch sogenannten „Cross Channel“ Verkauf. Suchen, finden und reservieren im Internet und kaufen vor Ort im Geschäft. Prinzipiell gilt: Wenn die erste Hürde - technisch gut und schnell gefunden zu werden - gemeistert wird, geht es an die eigentliche Aufgabe, verständliche Botschaften, verpackt in interessante Geschichten, zu erzählen.“

**Wifo Rees: „Aus welchem Grund ist dieser Punkt für Sie so wichtig?“**

S. Potrykus: „Zahlreiche Studien belegen nicht nur im Bereich Internet, dass Technik die Voraussetzung, jedoch nicht der entscheidende Punkt für individuellen Erfolg ist. Interessanter Content, kombiniert mit der Möglichkeit der Interaktion und Kommunikation sind Faktoren, die die Attraktivität einer Website, z.B. in Bezug auf das Kaufinteresse auf Kundenseite entscheidend beeinflussen. Und das in vielerlei Hinsicht. Bsp. Social Media: Viele Firmen nutzen Facebook, um näher und persönlicher mit Interessenten zu kommunizieren. Geografische und inhaltliche Nähe kann sich zu einem vergleichbar bedeutenden Faktor entwickeln, wie die Bewertungsskalen, Empfehlungen und Aktionen auf Internet-Shopping-Websites. Hier gilt es, nicht mit den Online-Playern zu Wettstreifen, sondern die eigenen Stärken zu kennen und auszuspielen. Schließlich spielen diese durchaus mit dem Gedanken, auch die Alleinstellungsmerkmale des stationären Einzelhandels zu nutzen.“

**Wifo Rees: „Besteht da nicht die Gefahr, dass man sich verzettelt?“**

Die Gefahr besteht aus meiner Sicht erst beim Versuch, das Online-Geschäft zu kopieren. Einfache und regelmäßige Informationen, Berichte und Posts, bspw. auf Facebook oder Blogs auf der eigenen Homepage sind bei entsprechender Planung weit weniger aufwändig, als oftmals gedacht. Vor allem sind sie effektiver als die meisten klassischen Mailings. Das zeigen schon die Facebook-Aktivitäten bei uns im Wirtschaftsforum.

Stefan Potrykus, Jahrgang 1984, führt mit Christoph Hartleb seit über 10 Jahren die Systemhaus Niederrhein GmbH. Branchenübergreifend bietet er mit seinem 9-köpfigen Experten-Team kleinen und mittleren Unternehmen in der Region Ideen und Lösungsansätze in den Bereichen IT & Cloud, Web & Strategie und Proaktiv-Service. Er engagiert sich seit 2014 im Wirtschaftsforum Rees e.V.

### **Stefan Potrykus**

Systemhaus Niederrhein GmbH  
Empeler Straße 122  
46459 Rees  
02851-965575  
info@niederrhein.it

