

Wieviel Online-Handel braucht der Mensch?

Über dieses Thema diskutierten Andreas Stroehle vom Brucker Netz, Gerhard Biber von Weinhandel rotWEISSrot und furore, sowie der Geschäftsführer des Biogroßhändlers Ökoring, Thomas Börkey-Biermann am 17.1. im Zukunftssalon des oekom-Verlags in der Waltherstraße am Goetheplatz. Markus Hahnel, Leiter des Münchner Slow Food Conviviums moderierte die Podiumsdiskussion, die in Kooperation mit Die Umwelt-Akademie e.V., in der Veranstaltungsreihe Ökologische Landwirtschaft und Ernährung stattfand.

Nach einer kurzen Vorstellung des eigenen Unternehmens und einigen Eingangsstatements ging es in der kurzweiligen Fragerunde ans Eingemachte:

Wie sieht es mit der Nachhaltigkeit aus, wenn Hunderte Käufer mit eigenem Auto zum Supermarkt fahren oder alternativ ein koordinierter Lieferdienst die Bestellung nach Hause bringt? Warum es immer noch so viel Ineffizienz in der Logistikbranche gibt und ein Empfänger ggf. mehrmals täglich von konkurrierenden Paketdiensten angefahren wird. Gerhard Biber erläuterte die Unterschiede der unterschiedlichen Transporteure auch im Hinblick auf Bezahlung der Mitarbeiter, Sozialstandards, Fahrerfluktuation und echtem Lieferservice (Qualität).

Andreas Stroehle, der auch Stadtrat in Fürstenfeldbruck ist, betont, wie wichtig die Gewerbesteuerereinnahmen für den Haushalt einer Kommune sind und nur Geld, das im regionalen Wirtschaftskreislauf bleibt, auch dort die nötigen Finanzmittel zur Daseinsvorsorge (Bildung, Krankenhäuser, Sicherheit, Infrastruktur) bereitstellt. Globale Konzerne wie Amazon zahlen dank komplexer Steuervermeidungsstrategien vor Ort praktisch keine Steuer. Mit dem Brucker Netz möchte er dazu beitragen, für Firmen in der Region eine Plattform zu schaffen, die Einzelhändlern eine duale Vertriebskanalstrategie ermöglicht, vor Ort und im Netz. Sogar mit einem Lieferservice per Fahrrad im Stadtgebiet.

Thomas Börkey-Biermann legt Wert auf soziale Rahmenbedingungen die seinem Selbstverständnis als Unternehmer entsprechen. In der örtlichen Gemeinde Teil des Ganzen sein, eine bunte und offene Unternehmenskultur zu leben, eine Bilanzierung auch nach den Standards der Gemeinwohlökonomie erstellt. Und sich jeden Tag neu überlegt, wie Dinge besser gemacht werden können: von der Lieferroutenoptimierung, bei der ggf. auch mit einem Konkurrenten zusammengearbeitet wird, weniger Plastikverpackung, konstant gute Arbeitsbedingungen.

Alle drei Teilnehmer raten Fachhändlern, egal ob Neugründung oder etabliert, unbedingt eine Doppelstrategie zu fahren. Also Webpräsenz/Online-Handel und stationäres Geschäft. Gerade ein attraktiver Internetauftritt ist heute schnell und günstig zu haben und wird als absolutes Muss angesehen.

Den Abschluss bildeten Fragen aus dem Publikum, die Dr. Helmut Paschlau, Vorstand Die Umwelt-Akademie e.V. moderierte. Da wurde nachgehakt, vertieft, Datenschutz und Datensicherheit im Netz thematisiert, sowie Kaufmotive und Einkaufsverhalten der Konsumenten besprochen.

(Leider hatten der angekündigte Mitgründer von Foodora, Emanuel Pallua, sowie der Tölzer Kasladen aus dringenden Termingründen ihre Teilnahme abgesagt.)

Slow Food München, 25.1.2017