EWG

WIR UNTERNEHMEN!

„Kann lokal auch digital?“ – Zwischen Online-Wunsch und Offline-Wirklichkeit

Dr. Manfred Janssen, EWG für Rheine mbH

6. NRW-Nahversorgungstag
trifft Allianz für Innenstädte

15. Februar 2017 | Bergkamen

Zielsetzung

„Kann lokal auch digital?“ beschäftigt sich aus Sicht von Kommune und Wirtschaftsförderung mit der Innenstadtentwicklung in Zeiten des wachsenden Onlinehandels.

<u>Folgende Fragestellungen stehen im Blickpunkt:</u>

1. Welche Relevanz haben heute noch die klassischen Offline-Themen in der Innenstadtentwicklung und im Citymanagement?
2. Welche sinnhafte Unterstützung kann Kommune/Wirtschaftsförderung im Spannungsfeld von online-aktiven großen Playern und traditionellem Einzelhandel bieten?
3. Was sind die Praxiserfahrungen und nächsten Schritte in dem Mittelzentrum Rheine?

EWG
WIR UNTERNEHMEN!

AGENDA

(1) Standort Rheine – Strukturen und Aufgaben der EWG für Rheine mbH

(2) Offline-Aktivitäten in Rheine

(3) Online-Aktivitäten in Rheine

(4) Kann lokal auch digital? Rheine zwischen Online-Wunsch und Offline-Wirklichkeit

EWG
WIR UNTERNEHMEN!

Unser Standort

Unser Standort

Rheine ist mit seinen rd. 75.000 Einwohnern nach Münster die zweitgrößte Stadt im Münsterland und größtes Mittelzentrum in der Region.

Die verkehrsgünstige Lage an der A30, nahe der A31, im Dreieck von Enschede, Osnabrück und Münster, am Dortmund-Ems-Kanal und nahe des Mittellandkanals sowie der Bahnknotenpunkt mit ICE-Bahnhof und der int. Verkehrsflughafen Münster Osnabrück (FMO) machen Rheine zu einem ausgezeichneten Wirtschaftsstandort.

EWG
WIR UNTERNEHMEN!

Standort

Niedersachsen
Niederlande
Ems
Mittellandkanal
Osnabrück
A30
RHEINE
A31
Enschede
Dortmund-
Ems-Kanal
A1
FMO
Nordrhein-
Westfalen
Münster
A43

Einzelhandel, Innenstadt & RheineMarketing

Die EWG – Entwicklungsgesellschaft für Rheine mbH übernimmt als Tochtergesellschaft der Stadt Rheine das **EWG-Citymanagement** auch die **Geschäftsstellenfunktion** für den Handelsverein, den Innenstadtverein, die ISG Emsquartier und die Kulturgemeinschaft Thie.

Darüber hinaus hat die EWG in Form von **RheineMarketing** eine übergeordnete Koordinierungsfunktion für das gesamtstädtische Marketing in Rheine. Damit werden die vielfältigen Aktivitäten der Geschäftsfelder Citymanagement, Standortmarketing, Stadtwerbung, Tourismus & Freizeit und Veranstaltungen koordiniert, Synergien genutzt und die bestehenden Teilstrategien zusammengeführt.

Mit dem **EWG-Monitoring** können durch eigene qualitative und quantitative empirische Analysen in vielen Handlungsbereichen belastbare Entscheidungsgrundlagen für Projekte und Maßnahmen geschaffen werden.

EWG WIR UNTERNEHMEN!

AGENDA

(1) Standort Rheine – Strukturen und Aufgaben der EWG für Rheine mbH

(2) Offline-Aktivitäten in Rheine

(3) Online-Aktivitäten in Rheine

(4) Kann lokal auch digital? Rheine zwischen Online-Wunsch und Offline-Wirklichkeit

EWG
WIR UNTERNEHMEN!

Das Thema der Digitalisierung macht vor den Kommunen nicht Halt und wird die Struktur von Innenstädten nachhaltig verändern. Die kommunalen Zukunftsaufgaben sind jedoch auch die altbekannten – müssen aber flexibler und reaktionsschneller werden.

- Der „Prozess“ der **Digitalisierung** beginnt erst und wird zukünftige Entwicklungen - in den verschiedensten Bereichen – in einer massiver Art und Weise prägen, wie sie **kaum prognostizierbar** ist. Dies spiegelt sich nicht nur in der Arbeit von Industrie-, Gewerbe- oder (Einzel-)Handelsbetrieben wider, sondern wirkt sich auch massiv auf die **Entwicklung von (Innen-)Städten** aus.

- Kommunen und Wirtschaftsförderungen sollten trotz dieser Umwälzungen jedoch selbst nicht nur digitale Maßnahmen entwickeln, sondern die **Wechselwirkungen** zwischen dem digitalen – oft privatwirtschaftlich getriebenen – sowie dem physischen Nutzen und Erleben betrachten, deren **Rahmenbedingungen** häufig durch die öffentliche Hand bestimmt werden. Beispiele sind Planungsrecht, Mobilitäts- und Logistikkonzepte oder auch das Parkraummanagement.

- Die Offline-Aktivitäten bleiben dabei auch zukünftig die wichtigsten Aufgaben einer Kommune/ Wirtschaftsförderung. Hierzu zählen als **Differenzierung zum Onlinehandel** zukunftsorientierte Entwicklungsprojekte genauso wie z.B. die städtebauliche Anpassung von sog. Nebenlagen oder ein vielfältiges Gastronomieangebot zur Steigerung der Aufenthaltsqualität.

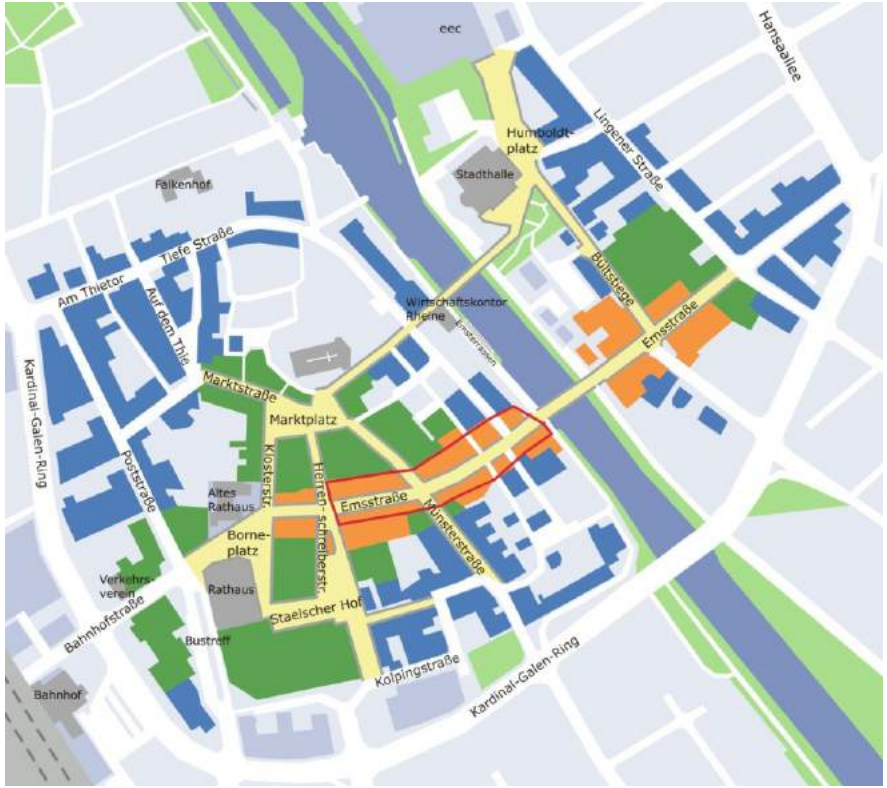
EWG
WIR UNTERNEHMEN!

Die zunehmende Konzentration des funktionierenden Einzelhandels auf die Top-Lagen bei gleichzeitig steigender Leerstandsquote in den Nebenlagen zeigt die Notwendigkeit einer systematischen Entwicklung der Handelslagen – inklusive Umwandlung früherer Einzelhandelslagen für Wohnen und Dienstleistungen.

Bewertungsbasis für die Bestimmung von Handelslagen:

- Passantenfrequenzdaten aus EWG-Monitoring
- Erhebung der Geschäftsmieten in der Rheiner Innenstadt
- Bodenrichtwerte (Gutachterausschuss der Stadt Rheine)
- Weitere, wie Branchenbesatz, …

Eine spannende Frage ist die Rolle (starrer) Bebauungspläne im dynamischen Wandel der Innenstädte.



Top 1a-Lage
1a-Lage
1b-Lage
2a-Lage

EWG WIR UNTERNEHMEN!

Konkret stellte sich vor einigen Jahren in Rheine die Frage, ob leerstehende Objekte in 1b- oder 2a-Lagen einer neuen Entwicklung im „Herzen der Stadt“ - mit direkter Lage am Emsufer und unmittelbarem Anschluss an die Haupteinkaufsstraße – entgegenstehen muss oder darf.

Eröffnung der Emsgalerie im Herbst 2016

Top 1a-Lage in der FGZ Emsstraße

Ca. 14.000 m² Handelsfläche

Ca. 2.000 m² Gastronomiefläche

Ca. 50 Handels- und Gastronomieeinheiten

Ca. 500 PKW-Stellplätze

Schließung des Hertie-Warenhaues im Jahr 2009

Die strategische Ausrichtung der Stadtentwicklung in Rheine wird über ein Integriertes Entwicklungs- und Handelskonzept und über einen konkretisierenden „Rahmenplan Innenstadt“ sichergestellt, der als Antragsgrundlage für die Generierung von Städtebaufördermitteln dient.

Der Rahmenplan Innenstadt bestehend aus 6 Handlungsfeldern mit insgesamt 48 Einzelmaßnahmen bildet den Rahmen für die zukünftige Entwicklung der City. Die Gesamtkosten für den Umsetzungszeitraum von 8 Jahren belaufen sich nach derzeitigem Stand auf knapp 15 Millionen Euro.

Aktuelle Projekte:

- Umbau des Zentralen Busbahnhofs (ZOB)
- Aufwertung der „historischen Meile“
- Neugestaltung Marktplatz zum „Herz der Innenstadt“
- Gestaltungszielsetzungen für die Fußgängerzone
- Lichtraum- und Beleuchtungskonzept
- Attraktive Gestaltung der beiden Emsufer
- Einrichtung eines Verfügungsfonds

Die baulichen Maßnahmen, das Ladenflächenmanagement und die städtischen Veranstaltungen werden über die Aktivitäten des RheineMarketing abgerundet. In enger Abstimmung mit den privaten Akteuren werden verschiedene Maßnahmen entwickelt, mit denen im regionalen Umfeld auf Rheine aufmerksam gemacht wird.

Gemeinsame Kampagne 2016: Lokale Gesichter aus Handel, Gastronomie und Kultur werben gemeinsam für den Standort.

Exkurs: Verkaufsoffene Sonntage

Die Betroffenheit und der Leidensdruck im stationären Einzelhandel haben sich angesichts zahlreicher abgesagter verkaufsoffener Sonntage in der Region nochmals verschärft.

Neujahrssonntag fällt aus

Nach Aufforderung von Verdi überwiegen die rechtlichen Bedenken

VREDEN. Sie ziehen die Notbremse: Stadt, Wirtschaftsvereinigung und Stadtmarketing haben den verkaufsoffenen Neujahrssonntag abgesagt. Der Grund dafür ist nicht hausgemacht.

Gericht kippt Sonntagsöffnung

Geschäfte in Nordhorn bleiben am 8. Januar zu – Kaufleuten fehlt jedes Verständnis

Verkaufsoffener Sonntag am 8. Januar in der Osnabrücker Innenstadt ist abgesagt

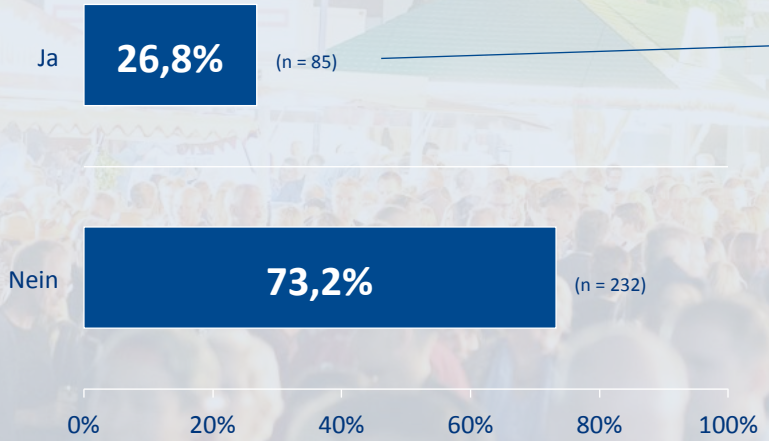
Der erste verkaufsoffene Sonntag am 8. Janaur 2017 wird nicht wie geplant stattfinden. Das Osnabrücker City Marketing e.V. (OCM) hat heute den Antrag für die Genehmigung des Sonntags zurückgezogen, nachdem die Gewerkschaft ver.di mit einer Klage gedroht hat.

veröffentlicht am 24.01.2017

Kein verkaufsoffener Sonntag im März in Lingen

Durch das EWG-Monitoring durchgeführte Befragungen belegen, dass Internetshops von einem Wegfall der verkaufsoffenen Sonntagen profitieren dürften. Mehr als jeder vierte Befragte würde ohne sonntags geöffnete Geschäfte noch häufiger im Internet einkaufen. Bei jüngeren Menschen liegt dieser Anteil sogar noch höher.

«Angenommen, es würde künftig keine verkaufsoffenen Sonntage mehr geben – Würden Sie stattdessen häufiger im Internet einkaufen»?



«Ja»

sagen 85 von insgesamt 317 Befragten

Der Anteil der „Ja-Sager“ liegt bei jüngeren Menschen (≤30 Jahre) bei 40,0%.

Ergebnis dreier Umfragen vom 6.11.2016, 4.12.2016 & 11.12.2016 in den Innenstädten von Rheine und Ahaus.

© EWG für Rheine mbH 2017 | Monitoring

Eine wichtige Voraussetzung für die zulässige Sonntagsöffnung der Geschäfte liefern eventspezifische Besucherprognosen, die für alle Veranstaltungen zwingend darzulegen sind. Als Datengrundlage wurden die langjährigen Passantenfrequenzmessungen der EWG sowie eigens durchgeführte Motivbefragungen von Innenstadtbesuchern herangezogen.

Passantenfrequenz-messungen

Erhebung der Passanten-ströme während der Öffnungs-zeiten der Geschäfte. Regel-mäßige Zählung der Passanten an insgesamt 18 Standorten.

Zählungen
- 2010: Monate 3, 10 & 12
- 2012: Monate 3, 10 & 12
- 2014: Monate 10 & 12
- 2015: Monat 3
- 2016: Monate 10 & 12

+

Motivbefragungen Innenstadtbesucher

Vier Befragungen zufällig ausgewählter Passanten durch geschulte Interviewer. Zusammen mehr als 700 geführte Interviews (siehe auch Anmerkung unten).

Befragungstage
- Montag, 31.10.2016
- Montag, 5.12.2016
- Freitag, 9.12.2016
- Montag, 12.12.2016

=

Eventspezifische Prognosen

Prognostische Abschätzung der zukünftigen Passantenströme auf Basis der statistischen Methode der exponentiellen Glättung

Prognosemodelle
- Rheine mobil 2017
- Herbstkirmes 2017
- Martinsmarkt 2017
- Nikolaussonntag 2017

Anmerkung: Die Stichprobenumfänge aller vier Befragungen liegen deutlich oberhalb der Schwelle von 100 Interviews. In der Fachliteratur der empirischen Sozialforschung gilt es aus verteilungstheoretischen Annahmen als erwiesen, dass Daten von mindestens 100 Personen gesammelt werden sollten, um zu interpretationsfähigen und sinnvollen Aussagen zu gelangen. Ab dieser Schwelle steigt die Wahrscheinlichkeit deutlich, typische Strukturen der Grundgesamtheit – und nicht irgendwelche Ausreißer oder marginale Konfigurationen – zu erfassen. Ausführliche Darstellungen liefern die Fachbücher von Jacob & Eirmbter (2000) sowie Weinreich & von Lindern (2008).

Jürgen Jacob & Willy H. Eirmbter (2000): Allgemeine Bevölkerungsumfragen: Einführung in die Methoden der Umfrageforschung mit Hilfen zur Erstellung von Fragebögen. München & Wien.
Uwe Weinreich & Eike von Lindern (2008): Praxisbuch Kundenbefragungen. Repräsentative Stichproben auswählen – Relevante Fragen stellen – Ergebnisse richtig interpretieren. München.

© EWG für Rheine mbH 2016 | Monitoring

Prognosegrundlage bildet die statistische Methode der exponentiellen Glättung erster Ordnung, die unter anderem zu den beliebtesten Prognosemodellen in der Ökonomie gehört.

Formales Modell

nach Kurt Scharnbacher (1991)

$$x_{t+1}^{*} = \alpha \cdot x_{t} + (1-\alpha) \cdot x_{t}^{*}$$

mit:

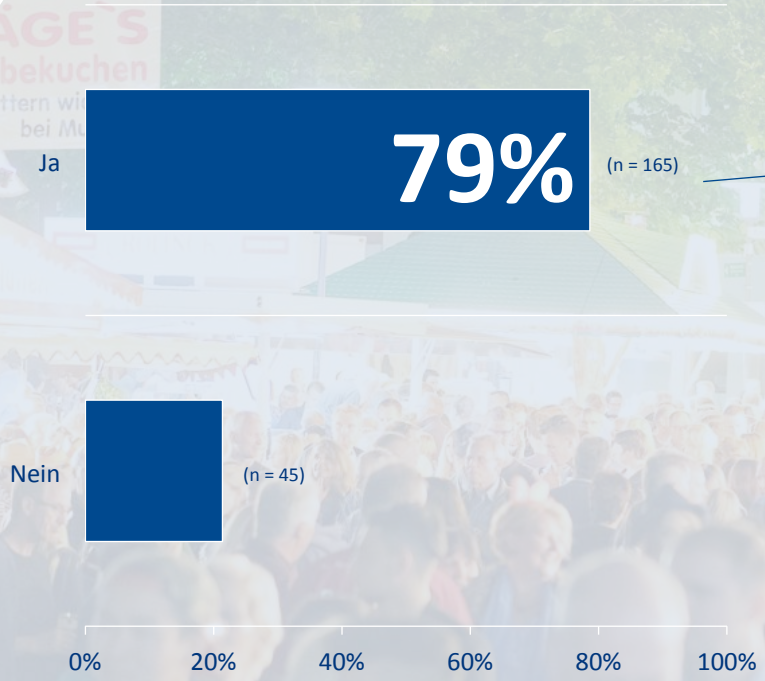
x_{t+1}^{*}	Schätzwert für die neue Periode (Prognose)
α	Gewichtungsfaktor für x_{t} wobei $0 \leq \alpha \leq 1$
x_{t}	jüngster Beobachtungswert
$(1-\alpha)$	Gewichtungsfaktor für den vorher geschätzten Wert
x_{t}^{*}	ehemaliger Schätzwert für den jetzt vorliegenden Beobachtungswert

Die exponentielle Glättung erster Ordnung ist eine Prognosemethode aus der Zeitreihenanalyse. Aus einer Stichprobe mit Zeitreihendaten – hier: Passantenfrequenzdaten der EWG – wird durch das exponentielle Glätten ein Trend erzeugt, bei dem die Daten mit steigender Aktualität eine höhere Gewichtung erfahren. Jüngere Entwicklungen haben also mehr Einfluss als vergangene empirische Werte. Die exponentielle Glättung erster Ordnung kann immer dann sinnvoll angewandt werden, wenn kein eindeutiger Trend erkennbar ist. Sie ist eine bekannte und praxisbewährte Prognoseverfahren in der Ökonomie und betrieblichen Praxis. Ausführliche Darstellungen liefern die Lehrbücher von Scharnbacher (1991) sowie Gonschorrek & Hoffmeister (2007).

Kurt Scharnbacher (1991): Statistik im Betrieb. Lehrbuch mit praktischen Beispielen. 8. überarbeitete Auflage. Wiesbaden.
Ulrich Gonschorrek & Wolfgang Hoffmeister (2007): Ganzheitliches Management: Planungs- und Entscheidungsprozesse. Berlin.

© EWG für Rheine mbH 2016 | Monitoring

Beispiel aus Rheine: Der Nikolaussonntag bietet den Befragten ein Weihnachtserlebnis. 79% der Befragten würden aus diesem Anlass in die Stadt kommen.



Von 210 Befragten sagen 165:

«Ja,

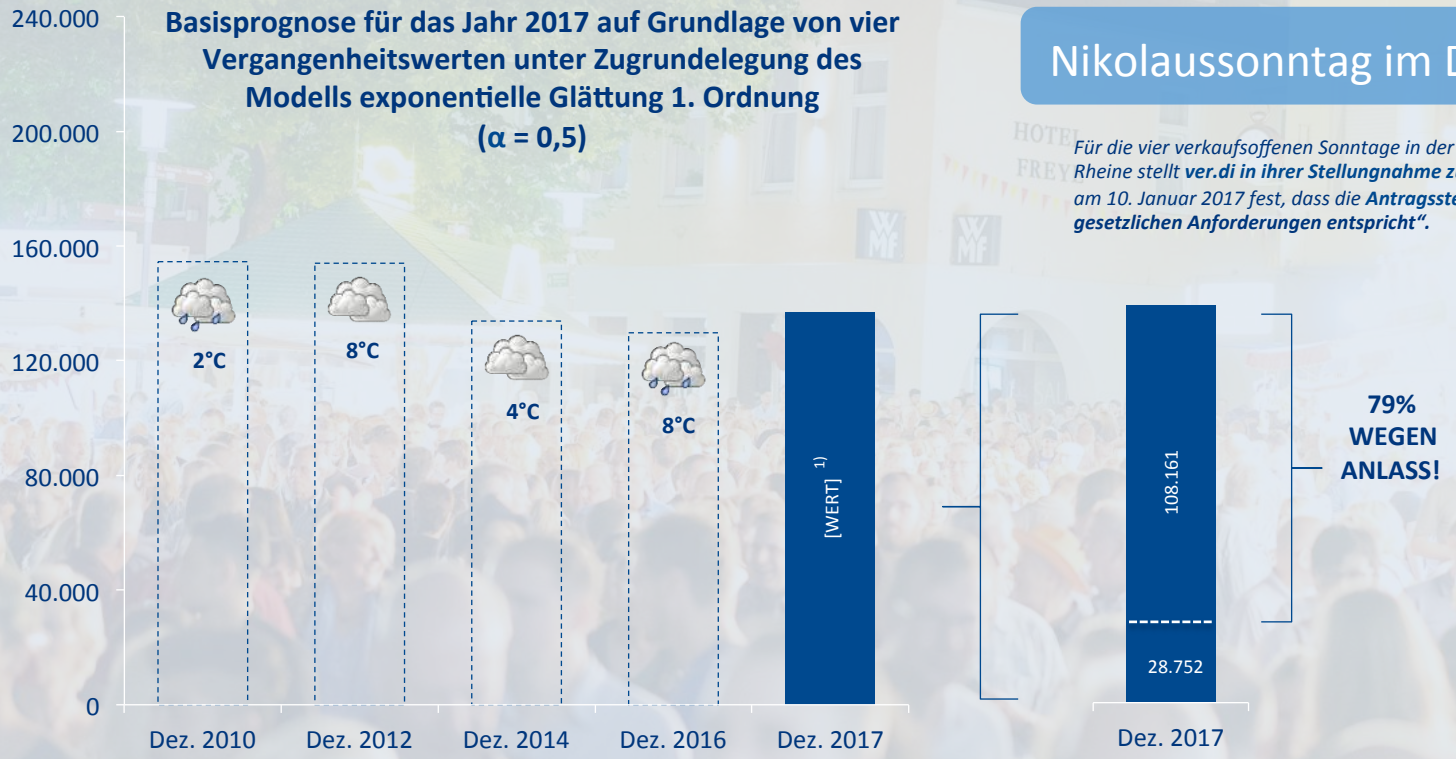
der Nikolaus-Umzug mit dem Weihnachtsmarkt, der Eislaufbahn und dem Musikprogramm bietet mir ein Weihnachtserlebnis. Ich würde aus diesem Anlass sonntags in die Stadt kommen».

Ergebnis vom 31.10.2016. Umfrage unter 210 Passanten in der Innenstadt von Rheine.

Nikolaussonntag

© EWG für Rheine mbH 2016 | Monitoring

Gemäß Basisprognose beläuft sich der Passantenstrom im Dezember 2017 auf etwa 137.000. Davon kommen 79% anlässlich des Nikolaussonntages in die Stadt.



Nikolaussonntag im Dezember

*Für die vier verkaufsoffenen Sonntage in der Innenstadt von Rheine stellt **ver.di in ihrer Stellungnahme zur Satzungsänderung** am 10. Januar 2017 fest, dass die **Antragsstellung „den gesetzlichen Anforderungen entspricht“.***

© EWG für Rheine mbH 2016 | Monitoring

[1] Grundlage sind die Tagesgesamtfrequenzen jeweils im Zeitraum von 13 bis 18 Uhr. Die mittlere Prognoseungenauigkeit liegt bei 8,9%.

AGENDA

(1) Standort Rheine – Strukturen und Aufgaben der EWG für Rheine mbH

(2) Offline-Aktivitäten in Rheine

(3) Online-Aktivitäten in Rheine

(4) Kann lokal auch digital? Rheine zwischen Online-Wunsch und Offline-Wirklichkeit

EWG
WIR UNTERNEHMEN!

Neben den klassischen Kernaufgaben, die nach wie vor die Basis für die künftige Entwicklung von Städten bilden, müssen auch Kommunen die Digitalisierung annehmen, sie als Chance begreifen und gemeinsam mit den Akteuren vor Ort passende Online-Aktivitäten entwickeln.

- Es sollte sichergestellt sein, dass auch die **Städte/ Wirtschaftsförderungen** selbst eine **Vorreiterrolle** einnehmen und über eine gute Online-Präsenz verfügen. Hier besteht vielfach noch sehr großer **Handlungsbedarf**.

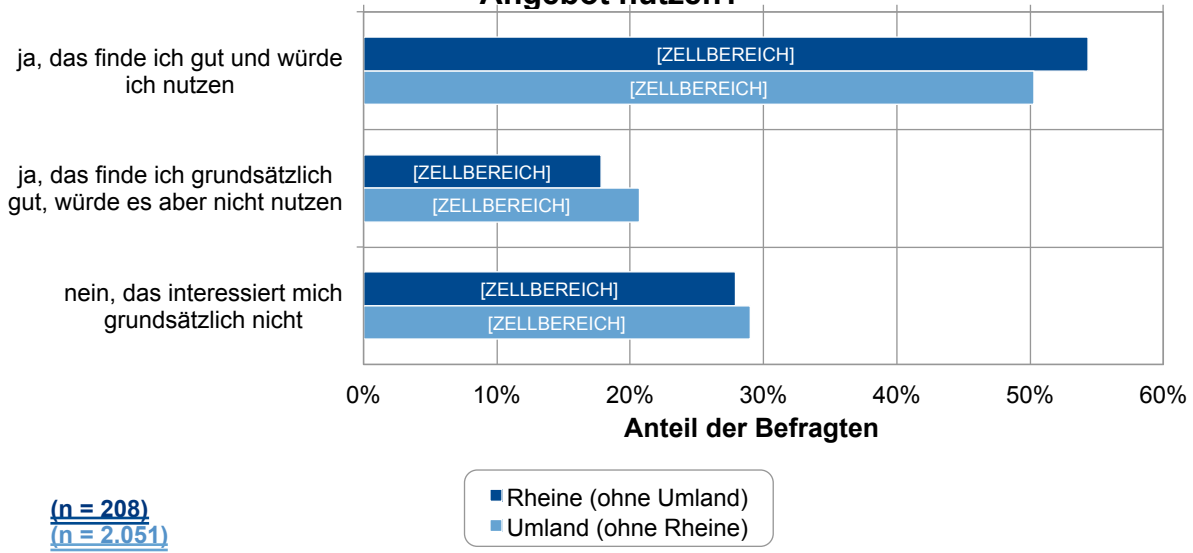
- Darüber hinaus sollten die digitalen Angebote zu den **Gegebenheiten einer Stadt passen** und eine sinnvolle Ergänzung zum realen Angebot darstellen. Das häufig noch vorhandene Denken, dass die Darstellung des eigenen Geschäftes im Internet nicht von großer Bedeutung ist, erschwert das Mindestziel, dass alle **stationären Einzelhändler digital präsent** sind und sich ggf. darüber hinaus in Online-Marktplätzen engagieren.

- Eine der **Hauptaufgaben** von Stadt / Wirtschaftsförderung im **Online-Bereich** ist vor diesem Hintergrund die Sensibilisierung sowie die Organisation der Vermittlung von **inhaltlichen und technischen Basiswissen** und damit verbunden, die Hinführung zu einer – an den tatsächlichen Bedürfnissen orientierten - **digitalen Präsenz**.

EWG
WIR UNTERNEHMEN!

Für die Entwicklung weiterer digitaler Ansätze sollte zunächst die dafür notwendige Infrastruktur geschaffen werden: Ein kostenfreies öffentliches WLAN-Netz – möglichst als PPP-Ansatz.

In den Innenstädten mancher Einkaufsstädte steht den Besuchern kostenfreies WLAN zur Verfügung, um die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und das Einkaufserlebnis attraktiver zu machen. Befürworten Sie kostenfreies WLAN in Innenstädten und würden Sie ein solches Angebot nutzen?



(n = 208)
(n = 2.051)

© EWG für Rheine mbH 2015

Die Ergebnisse der im Vorfeld durchgeführten Befragung im Jahr 2015 spiegeln sich in den tatsächlichen Login-Zahlen im Jahr 2016 wider.

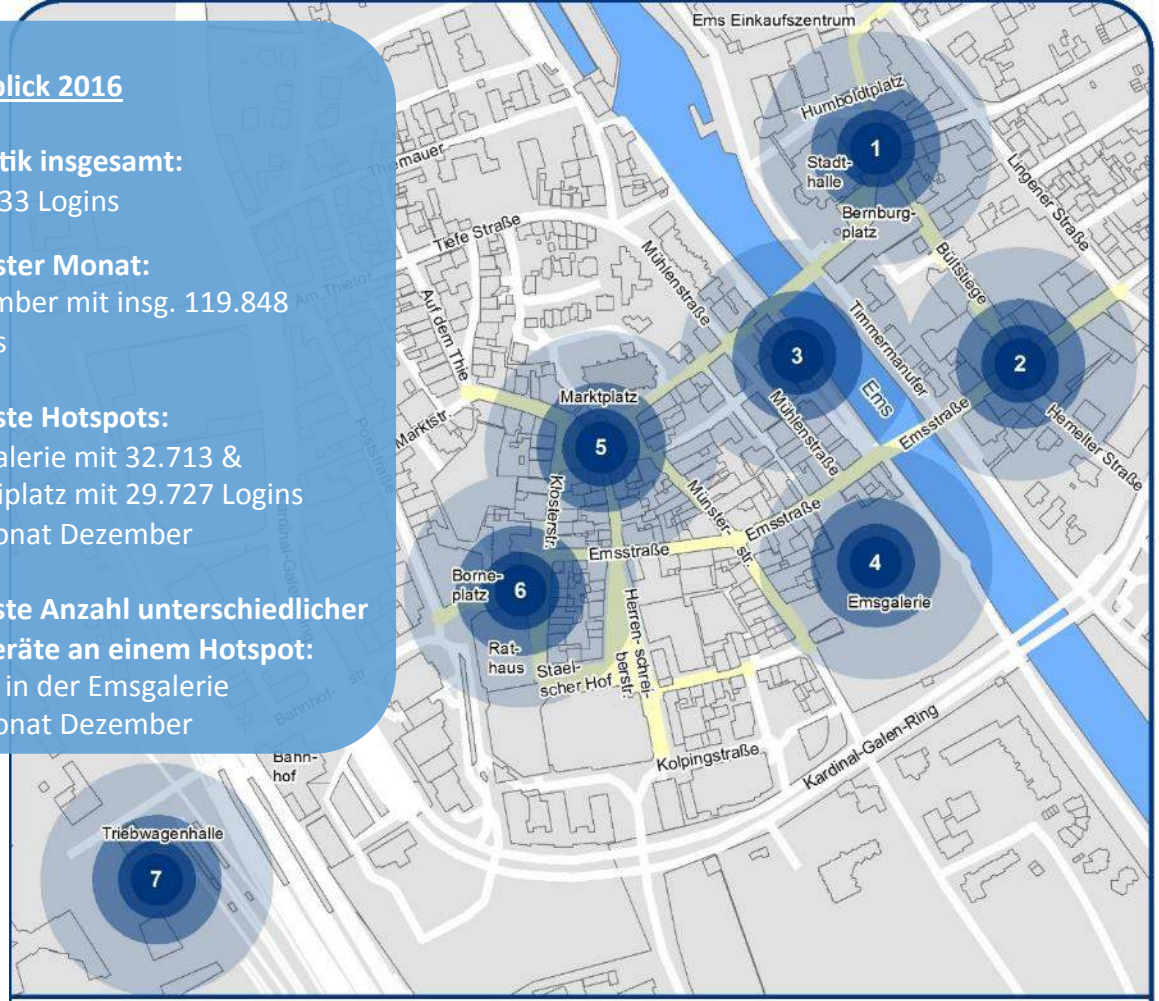
EWG WIR UNTERNEHMEN!

Freies WLAN Rheine

Hotspots-Standorte

1. Humboldtplatz/Stadthalle
2. Obere Emsstraße/Trakaiplatz
3. Emsterrassen
4. Emsgalerie
5. Marktplatz
6. Borneplatz
7. Triebwagenhalle

Hinweis: Die tatsächliche Reichweite ist abhängig vom Endgerät und Lage zum Hotspot



EWGmonitoring

Rückblick 2016

Statistik insgesamt:
643.933 Logins

Stärkster Monat:
Dezember mit insg. 119.848 Logins

Stärkste Hotspots:
Emsgalerie mit 32.713 & Trakaiplatz mit 29.727 Logins im Monat Dezember

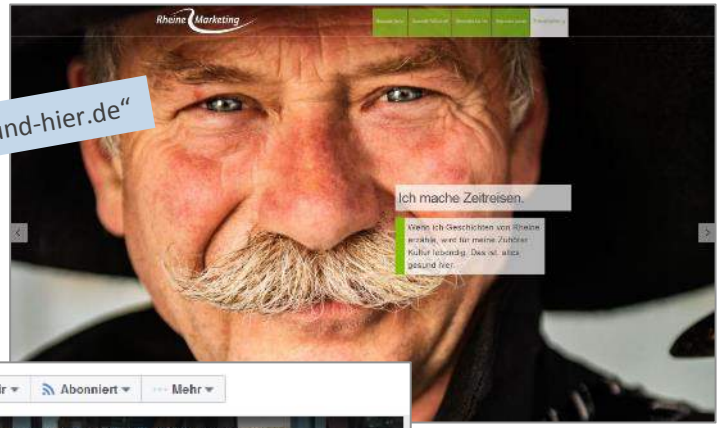
Höchste Anzahl unterschiedlicher Endgeräte an einem Hotspot:
7.994 in der Emsgalerie im Monat Dezember

EWG WIR UNTERNEHMEN!

Quelle:
EWG für Rheine mbH
Monitoring
Geodaten:
© OpenStreetMap contributors

Die Anzahl der Nutzer der EWG-eigenen Online-Angebote betrug im Jahr 2016 insgesamt rd. 83.000. Internetseiten, Facebook und youtube gehören dabei ebenso dazu wie ein digitales Immobilienportal und die Plattform „Rheinebegeistert“, die digitale Informationen bündelt.

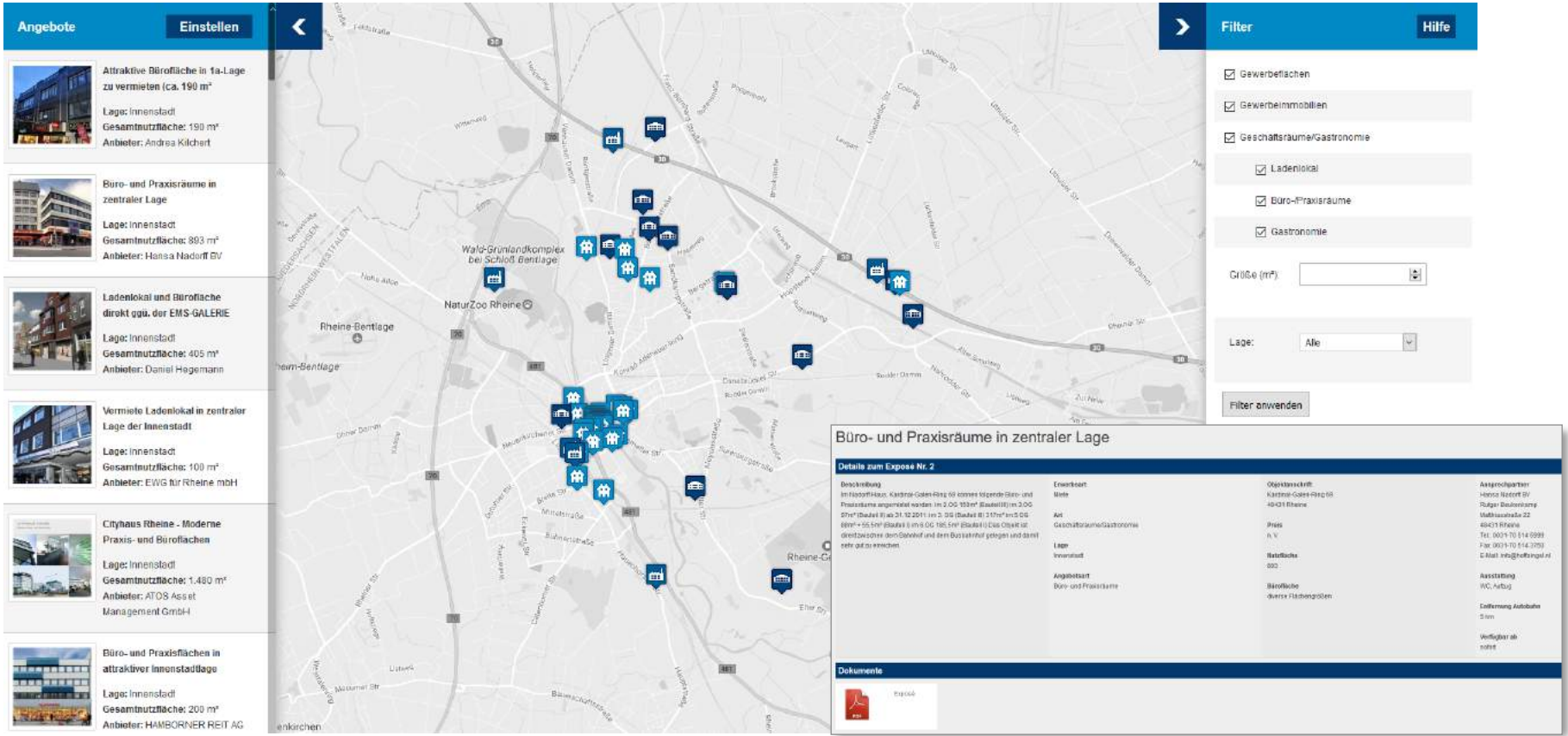
Homepage „alles-gesund-hier.de“



Facebook „alles-gesund-hier.de“

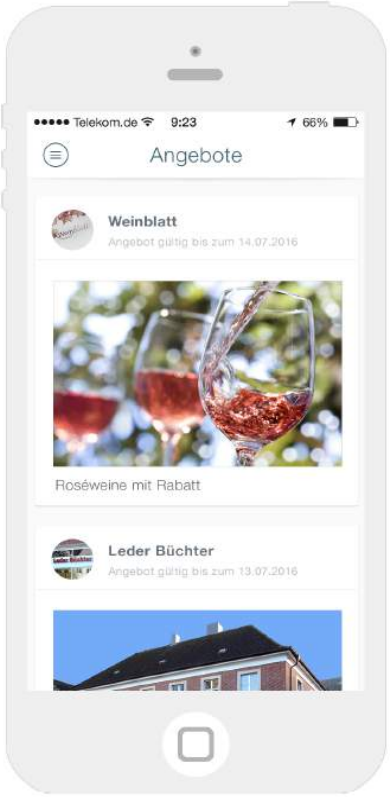
EWG
WIR UNTERNEHMEN!

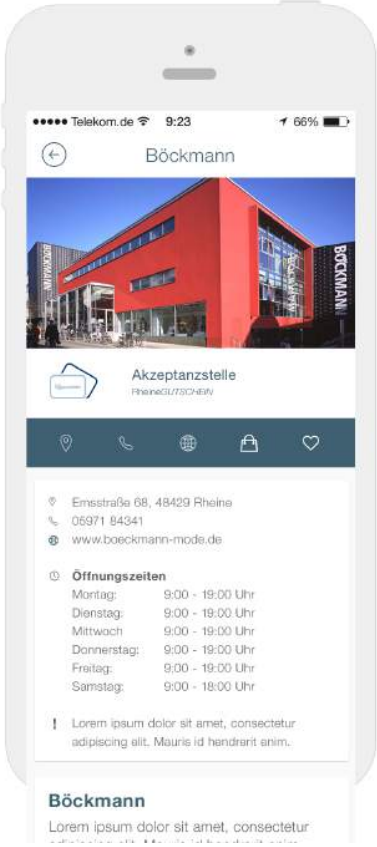
Das Immobilienportal zeigt Gewerbeflächen, Gewerbeimmobilien und Geschäftsräume in der Rheiner Innenstadt. Durch die interaktive Darstellungsform erhält der Nutzer einen umfassenden Überblick und detaillierte Exposés zu den einzelnen Objekten.



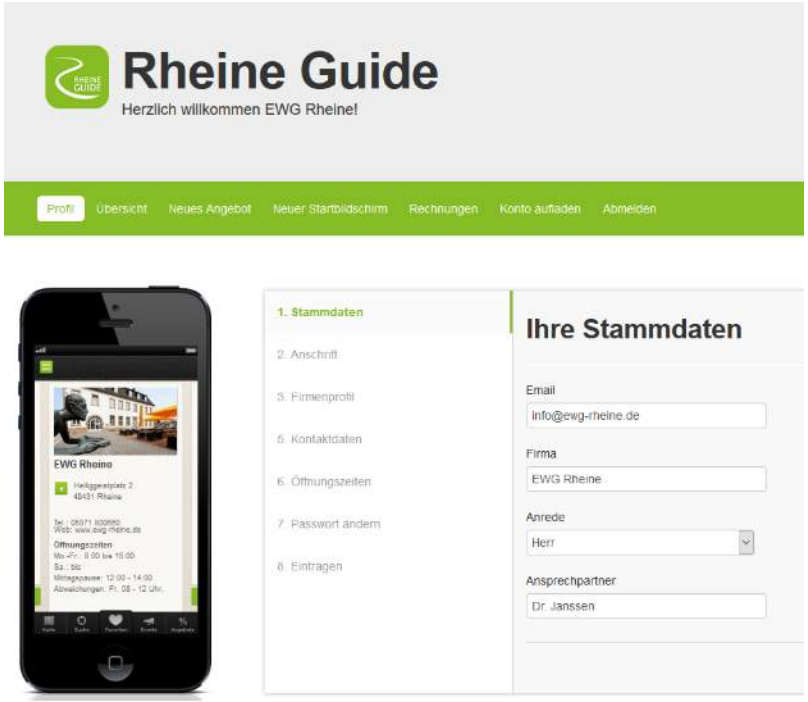
Das Online-Portal „Rheinebegeistert.de“ verbindet mit einem dezentralen Ansatz digitale Informationen, die von verschiedenen Anbietern und Institutionen online bereitgestellt werden.

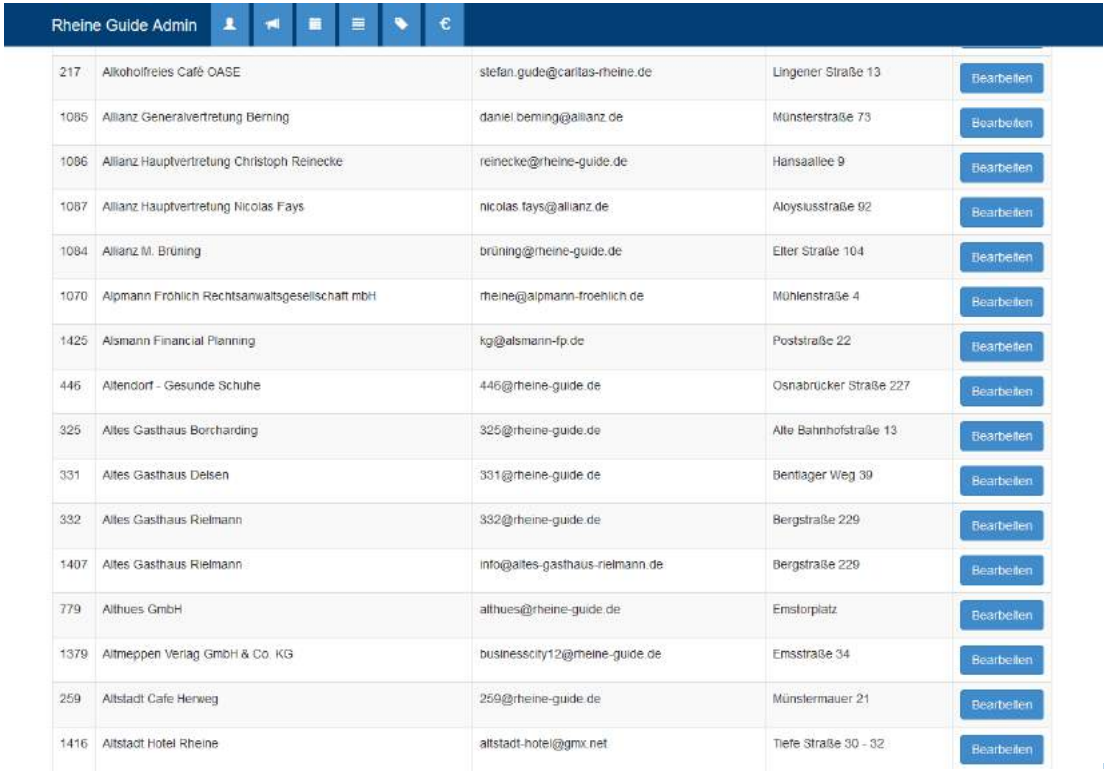
Die App „Rheine Guide“ wurde im Jahr 2013 entwickelt und gibt einen breiten Überblick über verschiedenen Themen in Rheine. Im Frühjahr 2017 ist ein Relaunch geplant.





Die APP verfügt über ein eigenständiges Front- und Backend-System, so dass Einzelhändler und Gastronomen ihre Daten in Live-Synchronisation ändern können **– aber noch zu wenig tun.**





217	Alkoholfreies Café OASE	stefan.gude@caritas-rheine.de	Lingener Straße 13	Bearbeiten
1085	Allianz Generalvertretung Berning	daniel.berning@allianz.de	Münsterstraße 73	Bearbeiten
1086	Allianz Hauptvertretung Christoph Reinecke	reinecke@rheine-guide.de	Hansaallee 9	Bearbeiten
1087	Allianz Hauptvertretung Nicolas Fays	nicolas.fays@allianz.de	Aloysiusstraße 92	Bearbeiten
1084	Allianz M. Brüning	brüning@rheine-guide.de	Elter Straße 104	Bearbeiten
1070	Alpmann Fröhlich Rechtsanwaltsgesellschaft mbH	rheine@alpmann-froehlich.de	Mühlenstraße 4	Bearbeiten
1425	Alsmann Financial Planning	kg@alsmann-fp.de	Poststraße 22	Bearbeiten
446	Altendorf - Gesunde Schuhe	446@rheine-guide.de	Osnabrücker Straße 227	Bearbeiten
325	Altes Gasthaus Borcharding	325@rheine-guide.de	Alte Bahnhofstraße 13	Bearbeiten
331	Altes Gasthaus Delsen	331@rheine-guide.de	Bentlager Weg 39	Bearbeiten
332	Altes Gasthaus Rielmann	332@rheine-guide.de	Bergstraße 229	Bearbeiten
1407	Altes Gasthaus Rielmann	info@altes-gasthaus-rielmann.de	Bergstraße 229	Bearbeiten
779	Althues GmbH	althues@rheine-guide.de	Emstorplatz	Bearbeiten
1379	Altmeppen Verlag GmbH & Co. KG	businesscity12@rheine-guide.de	Emsstraße 34	Bearbeiten
259	Altstadt Cafe Herweg	259@rheine-guide.de	Münstermauer 21	Bearbeiten
1416	Altstadt Hotel Rheine	altstadt-hotel@gmx.net	Tiefe Straße 30 - 32	Bearbeiten

AGENDA

(1) Standort Rheine – Strukturen und Aufgaben der EWG für Rheine mbH

(2) Offline-Aktivitäten in Rheine

(3) Online-Aktivitäten in Rheine

(4) Kann lokal auch digital? Rheine zwischen Online-Wunsch und Offline-Wirklichkeit

EWG
WIR UNTERNEHMEN!

Als eine Grundlage für eine lokale digitale Agenda wurde eine Händlerbefragung zum Thema „Onlinehandel, lokale Online-Marktplätze“ durchgeführt, um in Erfahrung zu bringen, ob und unter welchen Voraussetzungen ein lokaler Online-Marktplatz für Rheine zielführend ist.

Der Online-Handel stellt den lokalen stationären Handel zunehmend vor Herausforderungen. Um den stationären Handel besser aufzustellen, werden bundesweit aktuell viele lokale Online-Marktplätze entwickelt. Auch die lokale Politik fordert diese immer wieder.

Daher Masterarbeit von stud. Mitarbeiterin zum Thema:

“Digitaler Wandel im Einzelhandel: Lokale Online-Marktplätze”

Fragestellung

- ***Bedarf*** eines Online-Marktplatzes seitens der Einzelhändler
- tatsächliche ***Bereitschaft*** der Händler zur Teilnahme
- Schaffung von erforderlichen ***Rahmenbedingungen*** (bspw. Kosten)

Methodik

- quantitative Befragung der ortsansässigen Einzelhändler
- ergänzend: qualitative Interviews

Ergebnisse der Händlerbefragung in Rheine zeigen, dass ein lokaler Online-Marktplatz nicht zielführend ist. Stattdessen steht nach wie vor Basis- und Grundlagenarbeit im Fokus.

Rücklaufquote: 21,47 %
Von 191 angeschriebenen Händlern haben 41 den Fragebogen zurückgesendet

- Das Thema der **Online-Marktplätze ist grundsätzlich bekannt**, jedoch haben sich nur 14 Geschäfte bisher aktiv damit beschäftigt. Weitere 15 haben lediglich davon gehört und 8 haben noch gar keine Vorstellung zu lokalen Marktplätzen. Bei den Gebühren wird deutlich, dass die Bereitschaft hierfür monatlich Geld zu investieren, sehr gering ist: Lediglich 4 Geschäfte sind bereit, monatlich mehr als 40 € zu investieren.

- Eine digitale Darstellung des Geschäftes wird häufig nicht als weiteres Schaufenster, sondern **als unnötiger Mehraufwand wahrgenommen**. Trotz Bereitstellung von einfacher Software kann durch **veraltete Strukturen oder fehlendes Know-How** häufig kein Zugang ermöglicht werden.

- Lokale Marktplätze bieten auch für die Nutzer häufig **keine konkreten Mehrwerte**. Große Filialisten verfügen i.d.R. bereits über eigene Online-Shops. Lokale Marktplätze können somit kaum das gesamte Portfolio der Stadt abdecken. Im konkreten Fall der Stadt Rheine ist ein **lokaler Online-Shop daher nicht sinnvoll**.

EWG WIR UNTERNEHMEN!

Die kurz- bis mittelfristige digitale Agenda Innenstadt Rheine orientiert sich an den tatsächlichen Bedürfnissen der Händler – im Fokus ist dabei das Angebot gemeinsamer Plattformen, der persönliche Austausch sowie Hilfe zur Selbsthilfe.

WIE GEHT EIGENTLICH ONLINE?

Es fehlt vielen Einzelhändlern und Innenstadtakteuren an Basiswissen für die eigene Online-Präsenz.
Wie funktioniert Social Media, wie kann ich ein Bild für meinen Webshop erstellen und wie sollte unsere Website im Jahr 2017 aussehen?
Viele Gewerbetreibende haben Vorbehalte, den Weg zu Facebook und Co. zu wagen oder es fehlt ihnen das Know-How, um bei den bestehenden Angeboten teilzunehmen.

Workshops: Was passt zu uns? Wer ist Rheine und wie ticken unsere Einzelhändler und unsere Käufer? Wie gelingt es lokalen Händlern noch stärker dort vertreten zu sein, wo die Kunden sind?

Learn from the best: Unternehmer und Einzelhändler in Rheine erzählen innerhalb von professionell begleiteten Workshops von Ihrem Weg in die Online Welt.

E-Education: Die individuellen Schulungen können einen Beitrag zur besseren digitalen Vernetzung leisten und dazu führen, dass sich die Stadt Rheine in ihrer Gesamtheit besser aufstellt.

Zudem bietet sich die Chance, die Daten und Möglichkeiten des RheineGuides und weitere Onlineaktivitäten auch als **lokale Online-Plattform** für Rheine darzustellen.

Kann lokal auch digital?
Rheine zwischen Online-Wunsch und Offline-Wirklichkeit

(Zwischen-)Fazit: Kommunales Handlungsfeld physische Innenstadt

- Die privatwirtschaftliche getriebene **(Online-)Handelswelt** wird sich zweifelsohne in enormem Tempo weiterentwickeln. Dies hat zwangsläufig große **Auswirkungen auf die Innenstädte** und damit auch Handlungsfelder der öffentlichen Hand.

- Städtebauliche **Aufenthaltsqualität**, flächendeckendes freies WLAN, Gastronomieangebote, **Eventisierung** des (physischen) Shoppingerlebnisses, u.a. verkaufsoffene Sonntage, werden dabei bedeutsamer. Ebenso werden sich die Handelslagen weiter ausdifferenzieren.

- Die **Stärkung der Top-Handelslagen** sowie die pragmatische Begleitung und Förderung von **Umnutzungsprozessen** insbesondere in Nebenlage ist hier eine bedeutsame Aufgabe der Kommunen. Je kleiner die Kommune, desto größer die Herausforderung.

EWG
WIR UNTERNEHMEN!

Kann lokal auch digital?
Rheine zwischen Online-Wunsch und Offline-Wirklichkeit

(Zwischen-)Fazit: Kommunales Handlungsfeld digitale Innenstadt

- Aktuelle Befragungen der EWG in Rheine zeigen die **begrenzte Innovationsfähigkeit** des etablierten Einzelhandels im Hinblick auf die Öffnung für den Onlinehandel. Selbst die Online-Präsentation ist nicht selbstverständlich, Online-Werbung immer noch untergeordnet. Viele kleine stationäre Player werden daher wohl schleichend ausscheiden.

- Im konkreten Fall Rheine sieht die EWG hier nach wie vor die Hauptaufgabe darin, **Aufklärungsarbeit** zu leisten, die **gemeinsame Online-Präsenz** der öffentlichen und privaten Spieler zu fördern, sich untereinander digital zu vernetzen und damit auch die Werbung für die Gesamtstadt Rheine zu potenzieren.

- Darüber hinaus werden bestehende Online-Formate (Plattformen, digitale Schaufenster – keine Online-Shops) und insbesondere **mobile Formate** gemeinsam mit städtischen und privaten Akteuren ausgebaut. Da diese Angebote sehr unterschiedlich angenommen werden und das Wettbewerbsumfeld sich rasant entwickelt, gilt hierbei zukünftig umso mehr „**try many, fail early**“.

EWG WIR UNTERNEHMEN!

Herzlichen Dank!

EWG – Entwicklungs- und Wirtschafts-förderungsgesellschaft für Rheine mbH
Dr. Manfred Janssen
Heiliggeistplatz 2, 48431 Rheine
T: 05971 800 66-0, manfredjanssen@ewg-rheine.de
www.ewg-rheine.de

EWG*direkt*
05971 800 660
Montag – Freitag
8 – 20 Uhr
12h