



© coffmancmu - Fotolia.com

22. Dezember 2016

eCommerce in NRW: Zehn Ideen beim Aufruf „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ ausgewählt

Innerstädtische Quartiere und ländliche Räume brauchen Vielfalt und Versorgungssicherheit

Beim Projektauftrag „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ wurden zehn Ideen zur Förderung ausgewählt. Ziel ist, die digitale Transformation und die Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu stärken. Hinter den Projekten stehen 17 Kooperationspartner aus dem Einzelhandel, den Kommunen und weiteren lokalen Akteuren.

Wirtschaftsminister Garrelt Duin: „Einzelhandel, attraktive Innenstädte und ländliche Regionen brauchen gerade im digitalen Zeitalter neue Ideen, um zukunftsfähig zu bleiben. Die ausgewählten Kooperationsprojekte verknüpfen die Vorzüge des Onlinehandels geschickt mit dem Einkaufserlebnis vor Ort.“

Schwerpunkt der Projekte ist der Aufbau und die Weiterentwicklung von sogenannten Multi-Channel-Angeboten. Das Gesamtvolumen liegt bei rund 2,5 Millionen Euro. Das Land beteiligt sich mit mehr als einer Million Euro. Erste Bewilligungen und der Projektstart erfolgen voraussichtlich ab Juni 2017.

Folgende Vorhaben sollen gefördert werden:

- HERNE.urban.digital

- ONLEIN versorgt, Düren
- F.O.R.U.M. Wuppertal
- Digitalisierung Ibbenbüren
- Bochumer Originale
- Digitaler Einkaufserlebnisführer Lippstadt
- Stationär-digitaler Erlebnisraum, Langenfeld
- Bad Honnef hat's!
- shopping lab Aachen
- Digitalisierungsstrategie Solingen

Die Projekte wählte ein Expertengremium aus Wissenschaft und Wirtschaft aus, in dem u.a. der Handelsverband NRW, die Industrie- und Handelskammer NRW und kommunale Spitzenverbände vertreten waren.

Projektübersicht

HERNE.urban.digital: Sogenannte „Digitallotsen“ erarbeiten mit Einzelhändlern und weiteren Dienstleistern aus der Innenstadt individuell angepasste Angebote für eine digitale Plattform. Das Projekt der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Herne mbH soll neben dem Einzelhandel auch die urbane Qualität der Innenstadt stärken.

ONLEIN versorgt, Düren: Drei Nahversorgungsäden der DORV Quartier GmbH werden online erreichbar und zur Pick Up – Station erweitert. In Kooperation u.a. mit dem HIT-Verbrauchermarkt Aachen können so die Sortimentsgröße vervielfacht und eine 24-Stunden-Abholung gewährleistet werden.

F.O.R.U.M. Wuppertal: Komplementär zum Vorhaben „Online City Wuppertal“ wollen die Wirtschaftsförderung Wuppertal AöR und der TalMarkt – Online City Wuppertal e.V. die Organisationsstrukturen zur Revitalisierung urbaner Lebensräume durch den Multi-Channel-Handel stärken. Dabei werden auch die über den Handel hinausgehenden Akteure im Rahmen einer „Qualitätsoffensive Innenstadt“ zusammenarbeiten.

Digitalisierung Ibbenbüren: Die Stadtmarketing Ibbenbüren GmbH sensibilisiert Händler für online-affine Kunden und unterstützt sie bei der Einführung eigener Angebote und Lieferdienste auf einem bestehenden lokalen online-Marktplatz. Begleitmaßnahmen sollen die Attraktivität und Funktionalität der Innenstadt und der Zentren in den Ortsteilen steigern.

Bochumer Originale: Unter diesem Namen führen 17 inhabergeführte Facheinzelhändler seit 2015 gemeinsame Aktionen durch. Deren bestehenden digitalen Auftritt möchte die Bochum Marketing GmbH nun aufgreifen und zu einer umfassenden Digitalisierungsstrategie ausbauen, die perspektivisch die gesamte Innenstadt im Wettbewerb stärkt.

Digitaler Einkaufserlebnisführer Lippstadt: Die Wirtschaftsförderung

Lippstadt GmbH beabsichtigt ein digitales Einkaufserlebnisportal umzusetzen, auf dem über 450 Handels-/Gastronomie- und Dienstleistungsunternehmen ihre Multi-Channel-Aktivitäten miteinander vernetzen können. Als Basis dafür dient die Datenbank eines bislang in Papierform erstellten Shoppingplans.

Stationär-digitaler Erlebnisraum, Langenfeld: Mit drei Bausteinen möchte die Stadtentwicklungsgesellschaft Langenfeld GmbH die Stärken des stationären Einzelhandels mit den vielfältigen Möglichkeiten der Digitalisierung verbinden. Ein Ladenlokal wird als „WHITE BOX“ zum digitalen Erlebnisraum ausgebaut. Eine „SMARTSPHÄRE“-Plattform ermöglicht die Bündelung und Verknüpfung digitaler Informationen und Anwendungen. Ein „DIGITALES MANAGEMENT“ betreibt die Plattform und betreut den Aufbau möglicher Geschäftsmodelle.

Bad Honnef hat's!: Die Stadt Bad Honnef wird eine Dachmarke inklusive einer übergreifenden Plattform für eine Vielzahl von Angeboten aufbauen (Einkaufsportal, Stadtentwicklung, Tourismus, Kultur, Veranstaltungen usw.). Damit ist das Ziel verbunden, die Zusammenarbeit untereinander durch ein neues Vertriebskonzept zu stärken.

shopping lab Aachen: Das in einem leerstehenden Ladenlokal verortete lab besteht aus einer Reihe miteinander verbundener Einzelmaßnahmen zum digitalen Wandel wie z.B. Veranstaltungen zu lokalen Best Practice-Beispielen, eCommerce-Schulungen, App-Nutzung, 3D-Druck-Demonstration, Geschäftsmodell-Entwicklung und Vernetzung. Kooperationspartner sind die Stadt Aachen, die FH Aachen, das Institut für Unternehmenskybernetik e.V., die Laserkatze GbR, das Institut für Werkzeuglose Fertigung GmbH und die AIXhibit AG.

Digitalisierungsstrategie Solingen: Die Stadt Solingen will die Einzelinteressen der Werbegemeinschaften in den Zentren zusammenführen. In einem ergebnisoffenen Prozess unter Beteiligung der Dachverbände und sonstiger Akteure werden eine gesamtstädtischen Digitalisierungsstrategie mit dem Ziel einer „Marke Solingen“ sowie Umsetzungsprojekte mit hoher Akzeptanz entwickelt.

WEITERE INFORMATIONEN



**Pressestelle des Ministeriums für Wirtschaft, Energie, Industrie,
Mittelstand und Handwerk**

Tel.: 0211 61772-143

E-Mail: presse@mweimh.nrw.de