

INNENSTADT 2.0

Der Weg in die Zukunft



PRODUKTE UND
DIENSTLEISTUNGEN SICHTBAR
MACHEN



HANDLUNGSKONZEPT FÜR KOMMUNEN UND GEWERBEVEREINE

A red graphic element consisting of a horizontal line that drops down and then goes back up, resembling a stylized bracket or a checkmark.

“Lebendige Innenstädte Jeder kann was tun“

- **Gemeinsam** mit allen betroffenen Akteuren
- Mit Märkten und passender Gastronomie könnten die Innenstädte zu **kommunikativen *Treffpunkten*** werden
- **Nahversorgungszentren:** Waren und Dienstleistungen für den täglichen Bedarf
- **Erreichbarkeit** mit allen Verkehrsmitteln
- ausreichend viele gut erreichbare Parkplätze
- **Kommunen**
 - gemeinsame Internetplattform von Kommune und Einzelhandel
- **Immobilienbesitzern**
 - Mietpreise überprüfen
 - prüfen bestimmte Mieter negativ auf den gesamten Standort
- **Gewerbeverein / Einzelhändler**
 - Einkaufserlebnisse schaffen und die Beratung stärken
 - Autofahrer sind nach wie vor sehr wichtig
 - Offenheit gegenüber Kooperationen mit anderen Einzelhändlern im Quartier.

NEUES EINKAUFEN DAS BESTE AUS BEIDEN WELTEN



Hintergrund

Der klassische Einzelhandel ist deutlich im Wandel, insbesondere inhabergeführten Geschäften fällt es immer schwerer, sich **gegen die Konkurrenz aus dem Internet** zu behaupten. Denn Produkte sind heute nur einen Klick weit entfernt und das **Einkaufsverhalten ändert sich dramatisch**.

Nach Expertenmeinung kann dieser Entwicklung nur mit den sogenannten Multichannel-Services, also einer Schnittmenge aus stationärem und Online-Verkauf begegnet werden.

Schwierige Lage

Folgende Faktoren bestimmen die Lage:

- zunehmender Preiskampf
- Geschäftserwartung schwach
- Kundenfrequenz geht zurück
- Konkurrenz durch Internet
- Konzentration auf besonders starke Handelsstandorte auf der grünen Wiese

Verfügbarkeit ist Trumpf

Der lokale Marktplatz stärkt den lokalen Einzelhandel und schafft bei den Kunden vor Ort ein Bewusstsein dafür, dass das **Beste aus beiden Welten** – via stationärem Shop oder eCommerce – auf jeden Fall in der Innenstadt erhältlich ist:

- Tolle Produktvielfalt
- Online bestellen, vor Ort abholen • Verfügbarkeit prüfen
- Lieferung am gleichen Tag
- und viele Services mehr...

DREI SÄULEN FÜR DAS LOKALE EINKAUFEN



INFRASTRUKTUR FÜR MULTICHANNEL- SERVICES

Die ganze Stadt in einem
Online-Shop

Taggleicher Lieferservice
mit Aufbau eines lokalen
Kuriernetzwerkes

Zentrale Service- und
Abholstelle mit
zusätzlichem Drive-in-
Schalter

Marketing &
Öffentlichkeitsarbeit

WEITERBILDUNG FÜR HÄNDLER

Seminare & Workshops

Online-Veranstaltungen

Wöchentliches
Beratungsangebot (online
o. telefonisch)

Zertifizierung der
teilnehmenden Händler

DAS EINKAUFSKONTOR

Innenstadtrelevanter Ort
als Versuchslabor für neue
Multichannel-
Verkaufskonzepte

Shop-in-Shop-Flächen für
Onlinehändler mit und
ohne stationären Filialen

Kurze
Mietvertragslaufzeiten

Zentrale Servicestelle für
den Handel u. Kunden



Konkrete Maßnahmen Was ist zu tun?



STRATEGIE

→ Vision entwerfen, Marke definieren und Ziel festlegen

KOMMUNIKATION

- Marke: Image der Innenstadt durch deren Nutzen verbessern
- CI : Einheitliches Erscheinungsbild und Auftreten

WIRKUNG / Internet

Vorteile des Internets auf lokalen Einzelhandel anwenden.

Allgemein:

- Übersicht **alle Angebote** (siehe Amazon: Alle lokal verfügbaren Angebote und Dienstleistungen müssen im Internet auffindbar sein)
- **bestellbar**
- **lieferbar** (möglichst schnell – innerhalb von 24h)

Aufbau eines Shop-in-Shop-System

alle lokalen Anbieter erhalten einen eigenen Shop. Zusammengefasst ergibt sich eine große Anzahl von Waren und Dienstleistungen, die das lokale Angebot darstellen



Multichannel Service



Ein Angebot - viele Kanäle













Ein Angebot	→ Webshop	Shop in Shop auf dem Marktplatz
	→ Newsletter	Direkte Vermarktung via Newsletter
	→ Social Media	Posting der Angebote nach Facebook, Twitter, Youtube (Video)
	→ Werbebroschüre	Bringen wir die Angebote in die Haushalte (Drucksache)
	→ Verkaufskontor	Realer Shop
	→ Fensterplatz Werbung	Fernseher und Monitore in Schaufenstern, Cafés, Arztpraxen,
	→ Spot's im Supermarkt	Lokale Spots beim lokalen Händler
	→ Anzeigen	Lokale Werbeblätter



Beispiel

Online City Wuppertal – seit 2014



 <p>Bücher Königen Werth 79 alle Produkte (10.298)</p>	 <p>Henrick Abeler e.K. Uhren und Schmuck Poststraße 11 alle Produkte (1.610)</p>	 <p>MST Frieeling Neumarktstraße 36 alle Produkte (1.329)</p>	 <p>Nachtkaufparadies Bahnhof 7 alle Produkte (1.278)</p>
 <p>Wupper Küchen Mauerstr. 14 alle Produkte (722)</p>	 <p>Feuerstein Söhne KG Kaiserstraße 5 alle Produkte (961)</p>	 <p>Künster- und Bürobedarf Wilhelm Bort Grabenstr. 4 alle Produkte (567)</p>	 <p>Festartikel Hirschfeld Winklerstraße 42 alle Produkte (299)</p>
 <p>unique STUFF Langerhaus 40 alle Produkte (332)</p>	 <p>Quermalerei Sedanstraße 129 alle Produkte (279)</p>	 <p>FuturBuddy Bahnstraße 118a alle Produkte (238)</p>	 <p>Juwelier R. Landt Kaiserstr. 13 alle Produkte (202)</p>

Talkontor : Abholstelle für Einkäufe



LOKAL 1A SHOPPEN – OFFLINE WIE ONLINE

Ab sofort können Sie auf [talMARKT.net](https://www.talMARKT.net) bei Ihrem Wuppertaler Handel online einkaufen, Produkte vor Ort im Geschäft abholen oder – bei Bestellung bis 16.30 Uhr – Ware ganz bequem am gleichen Tag nach Hause liefern lassen!

Auch eine Abholung in unserem **talKONTOR** in der Rathaus-Galerie ist bis 22 Uhr möglich. Und mit unserem **talTIPP** bieten wir Ihnen Montag bis Freitag ein tägliches Angebot zum unschlagbaren Preis.

Natürlich stehen wir Ihnen gerne auch persönlich zur Verfügung.

IHRE OCW-HÄNDLER IN WUPPERTAL



Geschäfte im Wuppertaler Shopsystem

IHK-Expertenrat in Offenbach entwickelt Handlungskonzepte für Kommunen

FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG 13.02.2016

es. OFFENBACH. Ein zunehmender Preiskampf, sinkende Erträge und steigende Kosten machen vielen Einzelhändlern in der Region Offenbach zu schaffen. Der Konjunkturklimaindex der Industrie- und Handelskammer Offenbach für die Gesamtwirtschaft in der Region steigt seit Anfang vergangenen Jahres an. Der Wert für den Einzelhandel liegt nach Angaben von IHK-Hauptgeschäftsführer Markus Weinbrenner jedoch seit 2014 unter dem Durchschnitt. Die Einzelhändler beurteilten die aktuelle Geschäftslage und die Geschäftserwartung für die nächsten Monate derzeit als schwach. Bei der momentanen Geschäftssituation falle der Wert sogar auf einen langjährigen Tiefstand, sagte Weinbrenner.

In einem Handlungskonzept mit dem Titel „Lebendige Innenstädte – Jeder kann was tun“ zeigt der Expertenrat Einzelhandel der IHK Offenbach Handlungsspielräume für Kommunen und Gewerbevereine auf, wie der Einzelhandel unterstützt werden könne. Einen tiefgreifenden Strukturwandel sieht die IHK-Vizepräsidentin Helma Fischer, die auch Vorsitzende des Expertenrats ist. Weil ein Nachfolger fehle, müssten viele inhabergeführte Fachgeschäfte schließen. An vielen Standorten gehe die Kundenfrequenz zurück. Die Konkurrenz durch das Internet sei immer stärker zu spüren. Verkaufsflächen gerade in Einkaufszentren würden kleiner. Außerdem gebe es eine Konzentration auf besonders starke Handelsstandorte oder Modefachmärkte in Gewerbegebieten, sagte Fischer.

Nach Ansicht des Expertenrats können die Kommunen einiges tun. Gemeinsam mit allen betroffenen Akteuren sollten sie eine Strategie für die Innenstädte entwickeln, sagte Christoph Braun, Geschäftsführer der Kaufhaus Braun GmbH in Langen. Mit Märkten und passender Gastronomie könnten die Innenstädte zu kommunikativen Treffpunkten gestaltet oder als Nahversorgungszentren etabliert werden. Dort könnten die Kunden Waren und Dienstleistungen für den täglichen Bedarf kaufen.

Die Innenstädte müssten jedoch mit allen Verkehrsmitteln gut zu erreichen sein. Für den Einzelhandel seien Autofahrer nach wie vor sehr wichtig. Nötig seien daher ausreichend viele gut erreichbare Parkplätze. Auch eine gemeinsame Internetplattform von Kommune und Einzelhandel mit Präsentationsmöglichkeiten hält Braun für wünschenswert.

Die Eigentümer von Immobilien könnten ebenfalls den Einzelhandel unterstützen: Sie sollten die Mietpreise überprüfen und auch einmal senken, um neue Konzepte zu ermöglichen, hob Fischer hervor. Wenn Flächen neu vermietet würden, sollte der Eigentümer darauf achten, ob sich bestimmte Mieter negativ auf den gesamten Standort auswirkten. Die Einzelhändler wiederum sollten nach Brauns Worten Einkaufserlebnisse schaffen und die Beratung stärken. Wichtig sei aber auch Offenheit gegenüber Kooperationen mit anderen Einzelhändlern im Quartier.

**... BEGINNT MIT DEM
ERSTEN SCHRITT**



pixelegg Informatik & Design GmbH
Einsteinstraße 3 · 68519 Viernheim

Telefon +49 6204 6011370
Fax +49 6204 6011379
info@pixelegg.de

www.pixelegg.de