

Vorlage		Vorlage-Nr: FB 02/0049/WP18
Federführende Dienststelle: FB 02 - Fachbereich Wirtschaft, Wissenschaft, Digitalisierung und Europa Beteiligte Dienststelle/n:		Status: öffentlich Datum: 05.05.2021 Verfasser/in: Yvonne Klein
Ratsantrag Hybride Projekte für den stationären Einzelhandel stärken (TO-Antrag CDU 03.02.2021)		
Ziele: positiv		
Beratungsfolge:		
Datum	Gremium	Zuständigkeit
01.06.2021	Ausschuss für Wissenschaft und Digitalisierung	Kenntnisnahme
16.06.2021	Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Regionalentwicklung	Kenntnisnahme

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Wissenschaft und Digitalisierung nimmt den Sachstand zu hybriden Projekten für den stationären Einzelhandel zur Kenntnis.

Der Ausschuss für Arbeit, Wirtschaft und Regionalentwicklung nimmt den Sachstand zu hybriden Projekten für den stationären Einzelhandel zur Kenntnis.

Finanzielle Auswirkungen

	JA	NEIN	
		x	

Investive Auswirkungen	Ansatz 20xx	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx	Ansatz 20xx ff.	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx ff.	Gesamt- bedarf (alt)	Gesamt- bedarf (neu)
	Einzahlungen	0	0	0	0	0
Auszahlungen	0	0	0	0	0	0
Ergebnis	0	0	0	0	0	0
+ Verbesserung / - Verschlechterung	0		0			
	Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden		Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden			

konsumtive Auswirkungen	Ansatz 20xx	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx	Ansatz 20xx ff.	Fortgeschrieb ener Ansatz 20xx ff.	Folge- kosten (alt)	Folge- kosten (neu)
Ertrag	0	0	0	0	0	0
Personal-/ Sachaufwand	0	0	0	0	0	0
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0
Ergebnis	0	0	0	0	0	0
+ Verbesserung / - Verschlechterung	0		0			
	Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden		Deckung ist gegeben/ keine ausreichende Deckung vorhanden			

Weitere Erläuterungen (bei Bedarf):

Klimarelevanz

Bedeutung der Maßnahme für den Klimaschutz/Bedeutung der Maßnahme für die Klimafolgenanpassung (in den freien Feldern ankreuzen)

Zur Relevanz der Maßnahme für den Klimaschutz

Die Maßnahme hat folgende Relevanz:

<i>keine</i>	<i>positiv</i>	<i>negativ</i>	<i>nicht eindeutig</i>
	x		

Der Effekt auf die CO2-Emissionen ist:

<i>gering</i>	<i>mittel</i>	<i>groß</i>	<i>nicht ermittelbar</i>
x			

Zur Relevanz der Maßnahme für die Klimafolgenanpassung

Die Maßnahme hat folgende Relevanz:

<i>keine</i>	<i>positiv</i>	<i>negativ</i>	<i>nicht eindeutig</i>
	x		

Größenordnung der Effekte

Wenn quantitative Auswirkungen ermittelbar sind, sind die Felder entsprechend anzukreuzen.

Die **CO₂-Einsparung** durch die Maßnahme ist (bei positiven Maßnahmen):

gering		unter 80 t / Jahr (0,1% des jährl. Einsparziels)
mittel		80 t bis ca. 770 t / Jahr (0,1% bis 1% des jährl. Einsparziels)
groß		mehr als 770 t / Jahr (über 1% des jährl. Einsparziels)

Die **Erhöhung der CO₂-Emissionen** durch die Maßnahme ist (bei negativen Maßnahmen):

gering		unter 80 t / Jahr (0,1% des jährl. Einsparziels)
mittel		80 bis ca. 770 t / Jahr (0,1% bis 1% des jährl. Einsparziels)
groß		mehr als 770 t / Jahr (über 1% des jährl. Einsparziels)

Eine Kompensation der zusätzlich entstehenden CO₂-Emissionen erfolgt:

	vollständig
	überwiegend (50% - 99%)
	teilweise (1% - 49 %)
	nicht
x	nicht bekannt

Erläuterungen:

In Aachen gibt es verschiedene Projekte, die dazu dienen den Einzelhandel zu stärken, diesem hybride und digitale Tools an die Hand zu geben und zukunftsfähig aufzustellen.

Eines davon ist das Projekt 'Hybrider Einzelhandel', welches von FB02 in Zusammenarbeit mit dem IMA (Lehrstuhl für Informationsmanagement im Maschinenbau der RWTH Aachen) und in Kooperation mit dem MAC e. V. sowie der Initiative Einkaufen in Aachen umgesetzt und vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW im Rahmen der Digitalen Modellregionen bis zum 31.08.2022 gefördert wird. Mit der Initiative Einkaufen in Aachen wird von FB02 durch das Projekt sowie andere einzelhandelsbezogene Themen eine enge Zusammenarbeit gepflegt, um diese Ansätze nachhaltig aufzustellen und auf aktuelle Begebenheiten reagieren zu können.

Das Projekt „Hybrider Einzelhandel“ soll einen nachhaltigen und zukunftsfähigen Wandel des Einzelhandels und der Gastronomie durch Verschmelzung von Online- und Offlineangeboten am Innovationsstandort Aachen ermöglichen. Dies erfolgt durch eine (agile) Entwicklung eines digitalen Werkzeugkastens für Einzelhandel und Gastronomie sowie smarter Shopping-Möglichkeiten (hybride Shopping-Funktionen) für Verbraucher*innen in Zusammenarbeit mit dem Informationsportal Einkaufen in Aachen. Dieser digitale Werkzeugkasten bietet den Teilnehmer*innen je nach Digitalisierungslevel verschiedene Auswahlmöglichkeiten an, wie zum Beispiel einen manuellen

Produktupload oder eine Schnittstelle zu bestehenden Warenwirtschaftssystemen, eine Onlineterminvereinbarungsmöglichkeit, 360°-Rundgänge, Click & Collect u. v. m. Dabei setzt das Projekt auf den Ergebnissen der beiden Projekte „Shopping Lab Aachen“ und „smart emma“ auf. So kommen u. a. die erhobenen Anforderungen aus dem Forschungsprojekt „smart emma“ zum Tragen, die erweitert und vertieft werden. Zudem baut das Projekt bei der Datenvisualisierung auf der im Projekt „smart emma“ entwickelte Expertise im Bereich Business Intelligence auf. Bei Bedarf und Passung kann auf der bereits entwickelten „Shopping Lab App“ aufgesetzt werden.

Bereits im Sommer 2020 wurde ein Prototyp der Plattform für die Umsetzung des Werkzeugkastens entwickelt, der in einer kleinen Runde mit ausgewählten Unternehmen am 28. Juli 2020 diskutiert wurde. In diesem frühen Stadium haben etwa 30 Einzelhändler*innen Interesse an der Teilnahme am Projekt geäußert. Seit Projektbeginn wurden etwa 200 Einzelhändler*innen und Gastronom*innen durch eine persönliche Ansprache erreicht. Stand April 2021 nahmen knapp 80 Einzelhändler*innen und 10 Gastronom*innen an den Workshops bzw. an den vier digitalen Einkaufsbummel-Veranstaltungen im Rahmen des Projektes teil.

Das Projekt wird zudem von einer Workshopreihe begleitet, die die Einzelhändler*innen und Gastronom*innen dabei unterstützt die Vorbereitungen für die Nutzung der technischen Infrastruktur zu treffen und diese erfolgreich zu nutzen. Zudem wird Grundlagenwissen zum Thema Digitalisierung vermittelt, zum Ausprobieren neuer Formate und Tools animiert sowie der Kooperationsgedanke gefördert. Dieses, bisher ausschließlich digitale, Angebot sehr gut angenommen. Die Teilnehmer*innen haben zudem großes Interesse daran sich in den Aufbau der Infrastruktur einzubringen sowie ihre eigenen Erfahrungen und Wünsche zu teilen, um ein nachhaltiges Produkt aufzubauen. So wurden bereits einige Impulse von den Teilnehmer*innen selbst in die Workshops eingebracht – gemäß dem Motto „Aus der Praxis für die Praxis“. Diese Vorgehensweise sorgte bisher für ein sehr gutes Feedback, steigert den Austausch der Unternehmen untereinander und die Identifikation mit dem Projekt. Durch das Projektteam wurde u. a. kurzfristig eine Übersicht aktueller Click & Meet-Lösungen erstellt sowie ein Impuls dazu in einen Workshop integriert, um kurzfristig Hilfestellungen zu bieten. Um den Einzelhändler*innen und Kund*innen die Möglichkeit zu geben, auf einfache Art und Weise Shoppingtermine zu vereinbaren, wurde darüber hinaus in Zusammenarbeit mit Einkaufen in Aachen ein ‘Click & Meet’-Button auf den jeweiligen Profildaten auf Einkaufen in Aachen (www.aachen-shopping.de) realisiert, der zu den individuellen Terminbuchungslösungen verlinkt. Eine eigene Click & Meet-Lösung wird im Rahmen des Werkzeugkastens im Projekt entwickelt und zur Testphase im Sommer zur Verfügung stehen.

Auch mit Konsument*innen wurden im Dezember 2020 und im April 2021 bereits erste, digitale Workshops durch unseren Projektpartner IMA durchgeführt. Diese fokussierten sich auf die Sicht und die Wünsche der Konsument*innen bezüglich des lokalen Einzelhandels sowie ihres Suchverhaltens auf einem lokalen Onlinemarktplatz. Auch für die nächsten Monate sind weitere Workshops geplant, so zum Beispiel ein Workshop in Kooperation mit dem digitalHUB, um Aachener Start-ups mit dem Einzelhandel und der Gastronomie zu vernetzen und gemeinsam Lösungen für aktuelle Problemstellungen zu erarbeiten. Unser Ziel ist es dadurch (innovative) Konzepte zu erarbeiten, die das Einkaufen und Essen gehen in Aachen zukünftig noch besser machen. In Kooperation mit dem

digitalHUB wurde beispielsweise auch Ende März eine Informationsveranstaltung zu aktuellen Förderprogrammen für KMU und den Einzelhandel angeboten.

Gleichzeitig wird der Aachener Einzelhandel durch das Projekt an weitere, hybride Formate herangeführt, die gemeinsam ausprobiert und dadurch Hemmschwellen gesenkt werden sollen, so etwas auch eigenständig durchzuführen. So fand am 18. Dezember 2020, einhergehend mit dem Lockdown vor Weihnachten, der erste digitale Einkaufsbummel in Aachen statt. Mithilfe der Plattform Wonder.me konnten Kund*innen trotz geschlossener Geschäfte mit den Einzelhändler*innen in Kontakt treten, sich beraten lassen und ihre Einkäufe tätigen. Dieses Veranstaltungsformat wurde erstmalig durchgeführt und sollte den 21 teilnehmenden Einzelhändler*innen nicht nur einen Kommunikationskanal während des Lockdowns ermöglichen, sondern ihnen auch neue Kanäle im Rahmen der digitalen Transformation aufzeigen. Für das Projekt war dies auch die erste öffentliche Veranstaltung, in der neue digitale Möglichkeiten genutzt wurden. Eine Wiederholung des Events hat am 25. Februar 2021 mit 35 Einzelhändler*innen und am 25. März mit 15 Einzelhändler*innen stattgefunden. Im April wurde das Format erstmalig als Instagram-Live-Shopping-Event mit sechs Geschäften durchgeführt, die Produkte zum Oberthema „Kleinigkeiten, die glücklich machen – Inspirationen für Mutter- und Vatertag“ anbieten und vorgestellt haben. Vier davon sind bis dato noch nie über Instagram Live gegangen und konnten so erste Erfahrungen sammeln. Mit durchschnittlich 40 Zuschauer*innen und mehr als 300 insgesamt eingeschalteten Personen war die Veranstaltung ein Erfolg und soll erneut durchgeführt werden. Veranstaltungen, wie diese, stärken das Gemeinschaftsgefühl unter den Geschäften, welches für ihren langfristigen Erfolg elementar ist.

In den nächsten Monaten wird der Schwerpunkt des Projektes darauf liegen, weitere hybride Formate auszuprobieren und die technische Infrastruktur unter Berücksichtigung der Bedürfnisse und des Digitalisierungslevels der Einzelhändler*innen und Gastronom*innen sowie der Konsument*innen aufzubauen. Die Entwicklungsphasen werden gemeinsam mit den Projektpartnern sowie mit den Teilnehmer*innen in den Workshops besprochen und agil weiterentwickelt. In einem Workshop Ende April wurden die ersten Funktionen erklärt, Hilfestellungen beim Einpflegen der Daten geboten und über die nächsten Schritte informiert. Ab August sollen auch Konsument*innen die ersten Werkzeuge ausprobieren können (z. B. Reservieren & Abholen, Navigation zum Geschäft und Onlineterminvereinbarung).

Neben diesem Projekt hat FB02 beispielsweise im vergangenen Jahr zahlreiche Unternehmensgespräche mit Aachener Einzelhändler*innen geführt, um abgestimmt auf deren aktuelle Situation Hilfestellungen zu bieten und Möglichkeiten aufzuzeigen. Hierzu zählt zum Beispiel eine engmaschige Beratung und Begleitung der Aachener Einzelhändler*innen bei der Suche nach und Beantragung von geeigneten Fördermitteln, zum Beispiel dem Projektauftrag 'Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken' des Landes NRW. Die Informationen hierzu wurden an ca. 90 Einzelhändler*innen persönlich herangetragen sowie über die verfügbaren Medien gestreut (z. B. Newsletter, Social Media). Etwa 25 Einzelhändler*innen haben anschließend einen Antrag unter Begleitung von FB02 eingereicht. Ein enger Austausch mit den Digital Coaches vom Handelsverband NRW war und ist hierfür essentiell und wird kontinuierlich gepflegt.

Lokale Initiativen, die den Aachener Einzelhandel stärken sollen, wie zum Beispiel die Lokalhelden Initiative („Mein Herz schlägt lokal - Ohne Lokalhelden ist Aachen trist“), wurden ebenfalls von FB02 unterstützt (z. B. über Social Media) sowie der Einzelhandel auf diese aufmerksam gemacht. Dazu zählte beispielsweise auch die Teilnahme am digitalPioneer Award. Darüber hinaus gibt es weitere Initiativen und Projekte, wie der digitale Öcher Weihnachtsmarkt, der Öcher Shop, Aachen Schöne Altstadt und Aachen help, zu denen FB02 Kontakt aufgenommen hat, überprüft, inwiefern sich zum Beispiel Synergien mit dem Projekt „Hybrider Einzelhandel“ erzielen lassen und welche Vernetzungsmöglichkeiten es in Richtung Einzelhandel gibt. Hierzu zählt zum Beispiel auch die Lösung des Aachener Start-ups AppHoc, welche das Smartphone zum digitalen Schaufenster macht und es den Geschäften ermöglicht Passant*innen, über Highlights und Sonderangebote zu informieren. In Zusammenarbeit mit AppHoc möchten das Projektteam Pilotprojekte in Aachen umsetzen. Erste Einzelhändler*innen haben bereits Interesse geäußert. Eine Schnittstelle zur Projektplattform wird in den nächsten Wochen überprüft. Darüber hinaus wurde auch Kontakt zu den Entwicklern der Aachen App aufgenommen, um eine mögliche Zusammenarbeit mit dem Projekt Hybrider Einzelhandel zu überprüfen, um dadurch Synergien zu nutzen.

Um die Kontaktnachverfolgung im Einzelhandel und der Gastronomie zu vereinheitlichen und zu vereinfachen, hat FB02 erste Gespräche zur Lösung von GastIdent angestoßen. Durch diese können in der Gastronomie QR-Codes auf jedem Tisch ausgelegt werden, im Einzelhandel im Ein- und Ausgangsbereich. Über die QR-Codes können sich die Besucher*innen bequem und kostenfrei in den Geschäften und Lokalen ein- und auschecken und müssen sich hierzu nur einmalig registrieren. Die Lösung wurde von einem Start-up aus Soest entwickelt und wird bereits in einigen Städten, wie z. B. Hagen, eingesetzt. Über die Initiative 'Wir für Digitalisierung' wird zudem ein Gesundheitsportal entwickelt, das den Import verschiedener Lösungen über eine Schnittstelle ermöglichen soll, sodass die Gesundheitsämter direkt auf die Daten in einheitlicher Form zugreifen können. Bisher handelte es sich jedoch lediglich um Erstgespräche, um zu überprüfen, ob diese Lösung den lokalen Einzelhandel und die Gastronomie unterstützen kann. Konkrete Überlegungen zu dieser oder anderen Lösungen liegen jedoch noch nicht vor, ebenfalls notwendige und konkrete Abstimmungen mit der Städteregion. Mit diesen Maßnahmen unterstützt FB02 den lokalen Einzelhandel, hilft ihm dabei sich weiterzuentwickeln, neue Kontakte zu knüpfen und Best Practices für Aachen und die Region zu schaffen. Das aktuelle Projekt „Hybrider Einzelhandel“ hat sich in den vergangenen Monaten als besonders geeignet erwiesen, die oben genannten Maßnahmen zu bündeln und an den Einzelhandel heranzutragen.

Anlage/n:

Ratsantrag „Hybride Projekte für den Einzelhandel stärken“