

Vorlage Federführende Dienststelle: FB 02 - Fachbereich Wirtschaft, Wissenschaft, Digitalisierung und Europa Beteiligte Dienststelle/n:	Vorlage-Nr: FB 02/0270/WP18 Status: öffentlich Datum: 02.10.2023 Verfasser/in:	
Sachstand Smart Shopping Aachen		
Ziele:		
Beratungsfolge:		
Datum	Gremium	Zuständigkeit
19.10.2023	Ausschuss für Wissenschaft und Digitalisierung	Kenntnisnahme

Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Wissenschaft und Digitalisierung nimmt den Sachstand Smart Shopping Aachen 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
<i>+ Verbesserung / - Verschlechterung</i>	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
Personal-/ Sachaufwand	0	0	0	0	0	0
Abschreibungen	0	0	0	0	0	0
Ergebnis	0	0	0	0	0	0
<i>+ Verbesserung / - Verschlechterung</i>	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
 nicht bekannt

Erläuterungen:

Sachstandsbericht zum Projekt 'Smart Shopping Aachen' (Digitale Modellregionen)

Mit dem gemeinsamen Ratsantrag Nr. 318/18 'Weiterentwicklung der Plattform ,smart-shopping' von SPD und GRÜNEN wurde die Verwaltung beauftragt, ein Konzept zur Weiterentwicklung der Plattform www.smart.aachen-shopping.de zu erarbeiten.

Das vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW im Rahmen der Digitalen Modellregionen unterstützte Projekt ,Smart Shopping Aachen' wurde bis zum 31.08.2022 gefördert und befindet sich nun in der dreijährigen Zweckbindungsfrist, in deren Rahmen die Stadt Aachen weiterhin Betreiberin der Plattform ist.

Die Übertragung verschiedenster Aufgaben an den Märkte- und Aktionskreis City e. V. (kurz: MAC), der aufgrund seiner Nähe zum Aachener Einzelhandel sowie als ehemaliger Kooperationspartner im Projekt und Verantwortlicher für das Informationsportal ,Einkaufen in Aachen' eine besondere Rolle einnimmt, ist geprüft und mittlerweile auf den Weg gebracht worden. Anfang August wurden entsprechende Aufgaben übertragen. Der MAC kümmert sich nun um die Umsetzung von Marketing- und Öffentlichkeitsarbeitsmaßnahmen, Maßnahmen rund um die Gestaltung der Plattform sowie projektbezogene Veranstaltungen. Ziel ist die Stärkung der im Rahmen des Projekts entwickelten Plattform sowie die Steigerung des Bekanntheitsgrades bei Händler*innen und Gastronom*innen sowie der Aachener Bevölkerung. Zusätzlich wird der MAC zukünftig die Nutzungsentgelte der auf der Plattform registrierten Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe vereinnahmen und für die zuvor genannten Zwecke einsetzen.

Gemeinsam mit dem MAC wurde nun bereits ein umfassendes Marketingpaket für die jeweiligen Zielgruppen entwickelt, um entsprechende Aufmerksamkeit für die Angebote der Plattform zu erzeugen. Erste Maßnahmen, wie beispielsweise eine Citylight- und Buskampagne, Print- und Onlinekampagnen über die Lokalpresse sowie Social-Media-Werbung, konnten bereits in die Umsetzung gebracht werden. Weitere Maßnahmen folgen.

Langfristig soll die Plattform immer stärker mit Einkaufen in Aachen verzahnt werden und zunehmend auf eigenen Beinen stehen. Die Marketing- und Öffentlichkeitsarbeitsmaßnahmen beziehen daher bereits jetzt beide Plattformen mit ein. Zudem sollen Mitgliedsbeiträge von Unternehmen die städtische Teilfinanzierung langfristig kompensieren. Durch die Beteiligung der teilnehmenden Unternehmen wird angestrebt, dass die Verwaltung die Weiterführung der Plattform nach der dreijährigen Zweckbindungsfrist nicht mehr finanziell unterstützen muss.

In der Ausschusssitzung wird mündlich zum Sachstand berichtet.

