

Vorlage		Vorlage-Nr: FB 02/0133/WP18
Federführende Dienststelle: FB 02 - Fachbereich Wirtschaft, Wissenschaft, Digitalisierung und Europa Beteiligte Dienststelle/n:		Status: öffentlich
		Datum: 25.01.2022
		Verfasser/in: FB 02
Sachstand "Smart Shopping Aachen"		
Ziele:		
Beratungsfolge:		
Datum	Gremium	Zuständigkeit
10.02.2022	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	

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

Erläuterungen:

Sachstandsbericht zum Projekt 'Smart Shopping Aachen' (vorher: Hybrider Einzelhandel; Digitale Modellregionen – Smart City)

Über das vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes NRW im Rahmen der Digitalen Modellregionen geförderte Projekt 'Smart Shopping Aachen' wurde zuletzt in der AAWD-Sitzung am 01.06.2021 ausführlich berichtet. Daher wird nachfolgend ein kurzer Statusbericht gegeben.

Nach der Umbenennung des Projektes 'Hybrider Einzelhandel' zu '**Smart Shopping Aachen**' erfolgte im Herbst letzten Jahres eine zweiwöchige **Testphase** der technischen Infrastruktur mit ca. 50 Aachener Bürger*innen. Die Ergebnisse wurden zur Modifizierung und Weiterentwicklung der Plattform genutzt. Seit dem 08. November 2021 ist die digitale Plattform für die Öffentlichkeit freigeschaltet und kann unter smart.aachen-shopping.de eingesehen werden. Auf der Plattform sind bereits knapp 90 Einzelhändler*innen und Gastronom*innen vertreten (Stand Mitte Januar 2022), bieten Services an und stellen ihre Produkte im digitalen Schaufenster aus. Zum Start sind u. a. folgende Werkzeuge bzw. Funktionen verfügbar:

- Profilverwaltung inkl. Registrierungsfunktion
- Übergreifende Suche (Produkte, Marken, Geschäfte, Gastronomiebetriebe, sonstige Schlagworte)
- 360°-Rundgang
- Navigation zum Geschäft/Gastronomiebetrieb
- Einzelhandelsspezifisch: Produktpflege, Reservieren & Abholen, Onlineterminvereinbarung, Verlinkung zum Onlineshop der Geschäfte
- Gastronomiespezifisch: Pflege von Speisen (z. B. Menü des Tages/der Woche), Speisekartenverlinkung, Onlinetischreservierung
- Redaktionelle Aufbereitung verschiedener Themen

Weitere Werkzeuge, wie zum Beispiel die Onlineverkaufsabwicklung, werden in den nächsten Monaten hinzukommen.

Das Projekt wird zudem von einer **Workshopreihe** begleitet, die die Einzelhändler*innen und Gastronom*innen dabei unterstützt die technische Infrastruktur erfolgreich zu nutzen. Im letzten Jahr haben 22 Workshops stattgefunden, davon vier vor Ort im OecherLab, der Rest digital via Zoom. Themen waren z. B. Marketingmaßnahmen, digitale Technologien, Warenwirtschaftssysteme, Bildbearbeitung und Datenschutz. Für dieses Jahr sind drei weitere Workshops geplant.

Das Aufzeigen neuer, digitaler Werkzeuge erfolgt zudem auch durch Veranstaltungen im Rahmen des Projektes. Nach den ersten drei „**Digitalen Einkaufsbummeln**“ über die Plattform Wonder.me wurden im letzten Jahr drei weitere Veranstaltungen als Instagram-Live-Shopping-Event durchgeführt. Während sich die Zuschauer*innen an diesen Abenden von den Geschäften zu Mutter- und Vatertag-, Sommer- und Fairtrade-Produkten inspirieren ließen, konnten die Geschäfte ein neues Format ausprobieren und Hemmschwellen bei der Digitalisierung weiter senken. Für die kommenden Monate sind weitere Veranstaltungen, so zum Beispiel weitere „Digitale Einkaufsbummel“ sowie eine Netzwerk- und Abschlussveranstaltung in Planung.

Stand Januar 2022 nahmen 95 Einzelhändler*innen und 11 Gastronom*innen an den Workshops bzw. an den sechs „Digitalen Einkaufsbummel“-Veranstaltungen im Rahmen des Projektes teil.

Das Projekt wird darüber hinaus von umfangreichen **Marketingmaßnahmen** begleitet, darunter z. B. Radiospots, Zeitungsanzeigen, Giveaways, Flyer, Schaufenstersticker, Bespielung der Fläche am Eisenmann, Erklärvideos und Social-Media-Beiträge und -anzeigen.

In den nächsten Monaten wird die technische Infrastruktur unter Berücksichtigung der Bedürfnisse und des Digitalisierungslevels der Einzelhändler*innen und Gastronom*innen sowie der Konsument*innen weiter ausgebaut. Zur Erforschung der Anforderungen von Konsumierenden zählt bspw. auch eine Fokusgruppen-Studie, die von unserem Projektpartner IMA Anfang des Jahres durchgeführt werden wird. Das Projekt läuft noch bis zum 31. August 2022.

Darüber hinaus entwickelt das IMA im Rahmen eines seiner Arbeitspakete ein Geschäftsmodell für die nachhaltige Weiterführung der Plattform. Hierzu sind weitere interne Workshops sowie eine Umfrage mit Aachener Einzelhändler*innen und Gastronom*innen zu den möglichen Umsetzungsvarianten des Geschäftsmodells geplant. Es ist vorgesehen, dass die Plattform zum Projektende mit Einkaufen in Aachen zusammengeführt und damit das Geschäftsmodell an Einkaufen in Aachen bzw. an den MAC e. V. übergeben wird.

In der Ausschusssitzung am 10. Februar 2022 wird mündlich zum aktuellen Projektstand berichtet.