

»Wie kann der innerörtliche Einzelhandel neben dem Onlinehandel künftig überleben?«



IHK-Handelsforum 13. September 2018 - Reutlingen

Dipl.-Geograph Roland Wölfel
Geschäftsführer CIMA Beratung + Management GmbH

- Stadtentwicklung
- Marketing
- Regionalwirtschaft
- Einzelhandel
- Wirtschaftsförderung
- Citymanagement
- Immobilien
- Organisationsberatung
- Kultur
- Tourismus

Diese Folien fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte (D) und sind auch durch europäisches Recht geschützt.

Es wurden möglicherweise Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen der cima können gutachterliche Ausführungen und Bewertungen enthalten, die bei unsachgemäßer Verwendung (z.B. Weitergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung) einen Vermögensschaden verursachen können. Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung + Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

Diese Folien dürfen ohne gesonderte schriftliche Genehmigung weder ganz noch ausschnittsweise in Dokumentationen oder Protokollen wiedergegeben werden. Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter.

Übergreifende Trends



- Urbanisierung und
- Demographie



- Lebensstile, Individualisierung, neue Konsummuster, neue Lifestyle-Faktoren



- Digitale Transformation, Konnektivität, Mobilität und Smart City

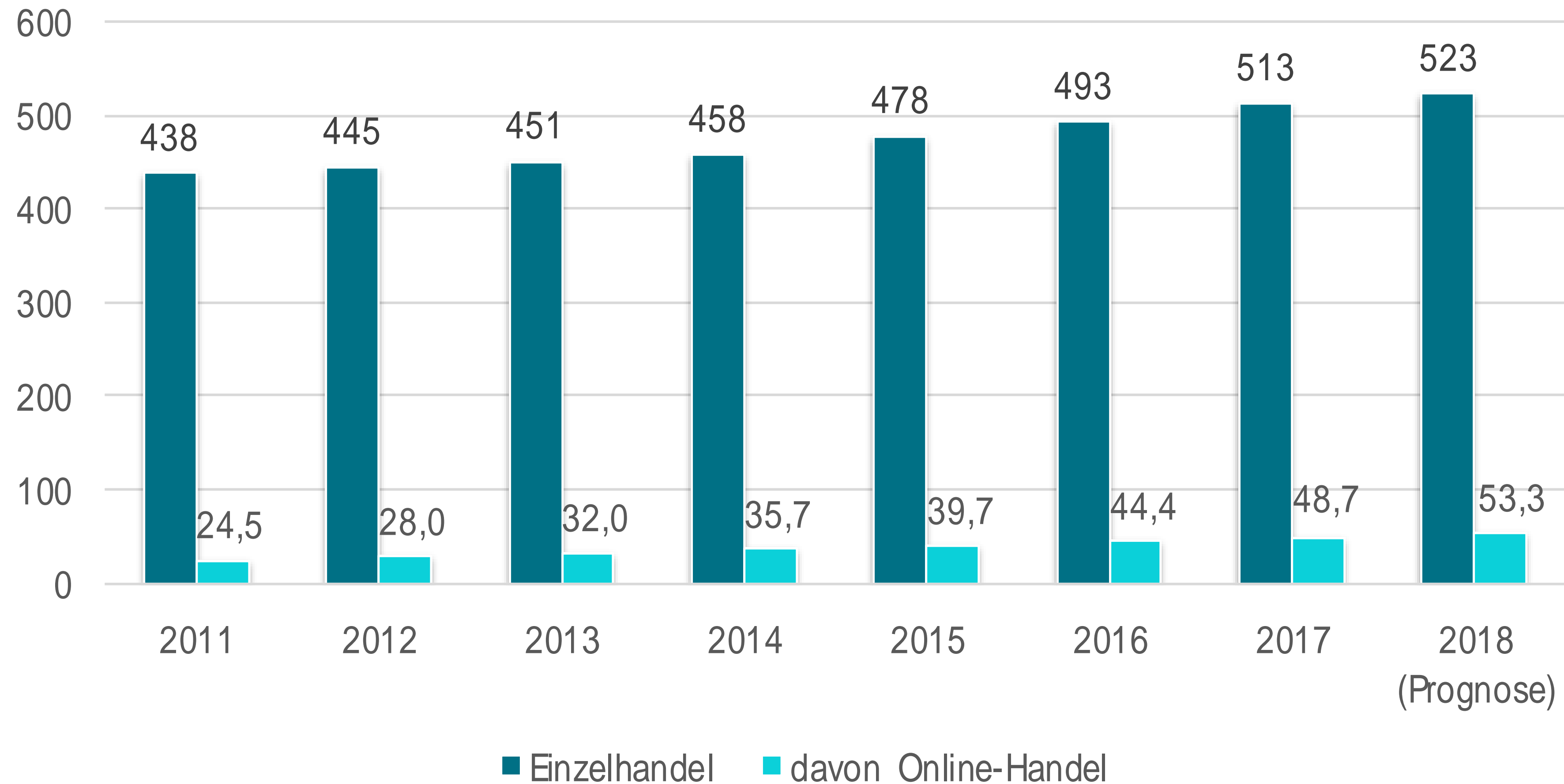


- Gesundheit, Ökologie, Grün, Nachhaltigkeit, Sinn

Online-Handel

Umsätze Einzelhandel und Online-Handel (in Mrd. €)

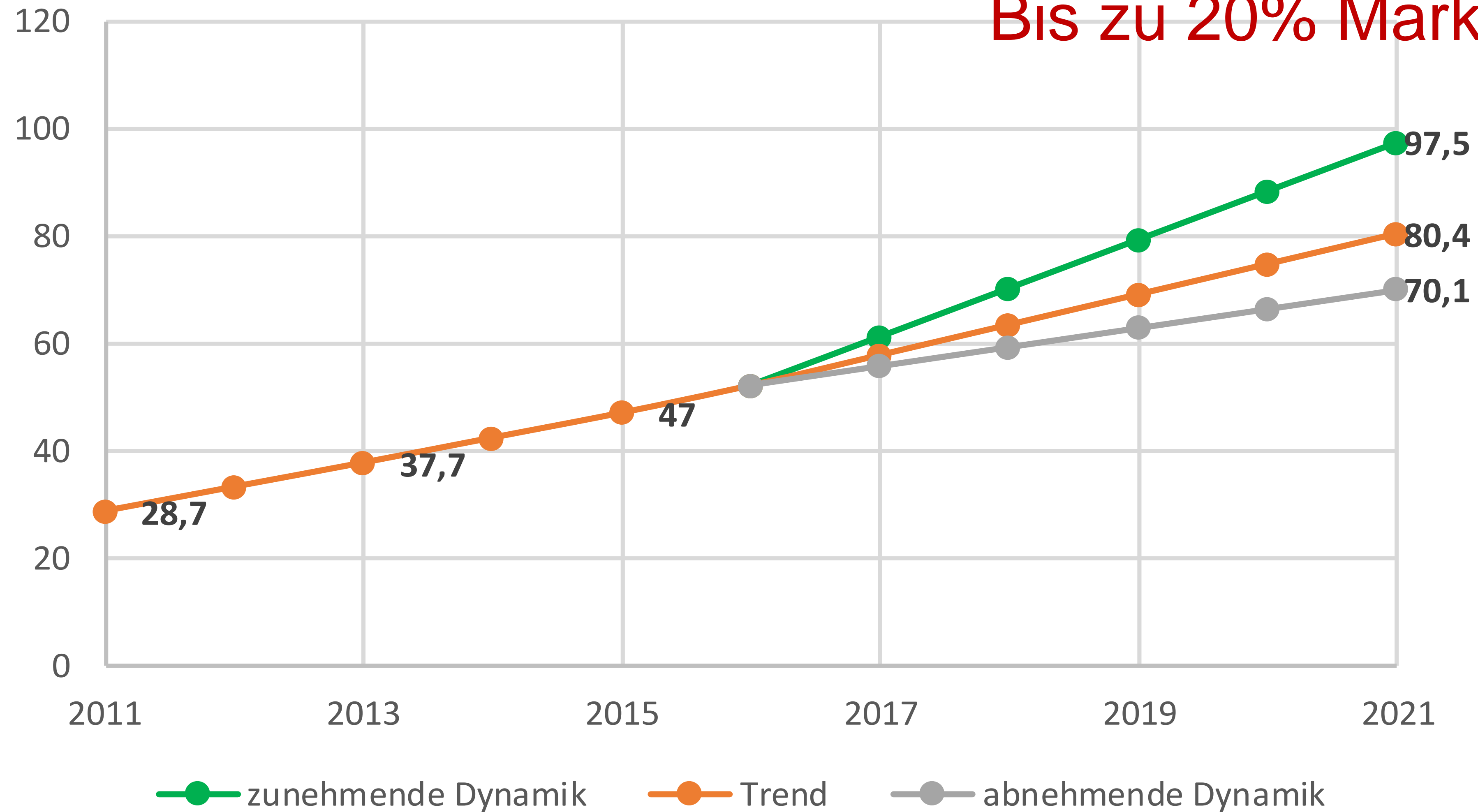
10% Marktanteil



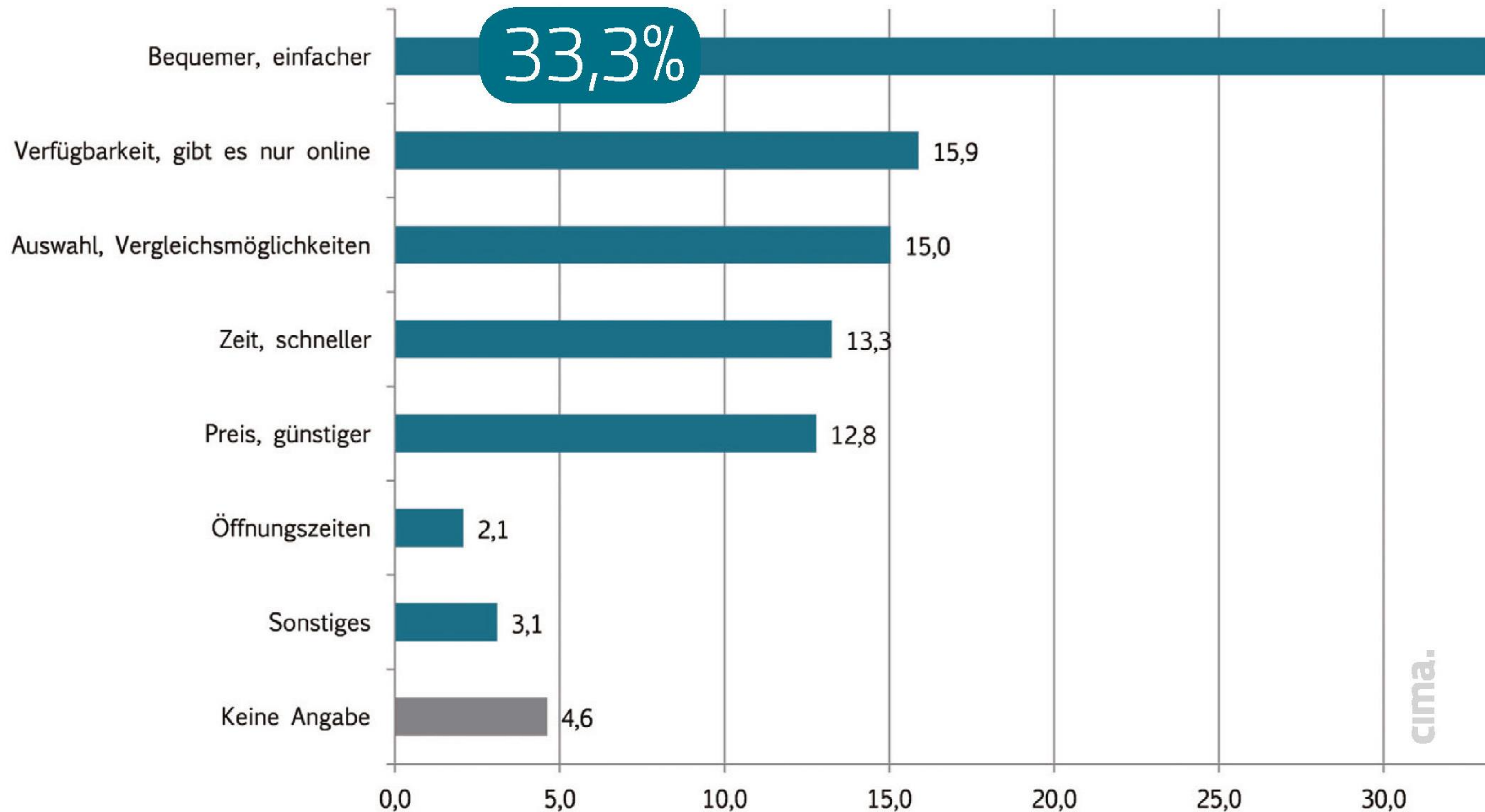
Online-Handel

Prognose Online-Handel bis 2021 (in Mrd. €)

Bis zu 20% Marktanteil?



Gründe für Online-Einkauf



Hauptgrund für Online-Einkäufe:
Bequemlichkeit

Trend: Digitalisierung +
Bequemlichkeit +
Faktor Zeit

Hauptgrund für **ONLINE-KÄUFE** in den letzten 12 Monaten; Angaben in Prozent; N=1.605

Was künftig wichtig wird

Digitale Megatrends in der Innenstadt

**Mobile
Internet-
nutzung**

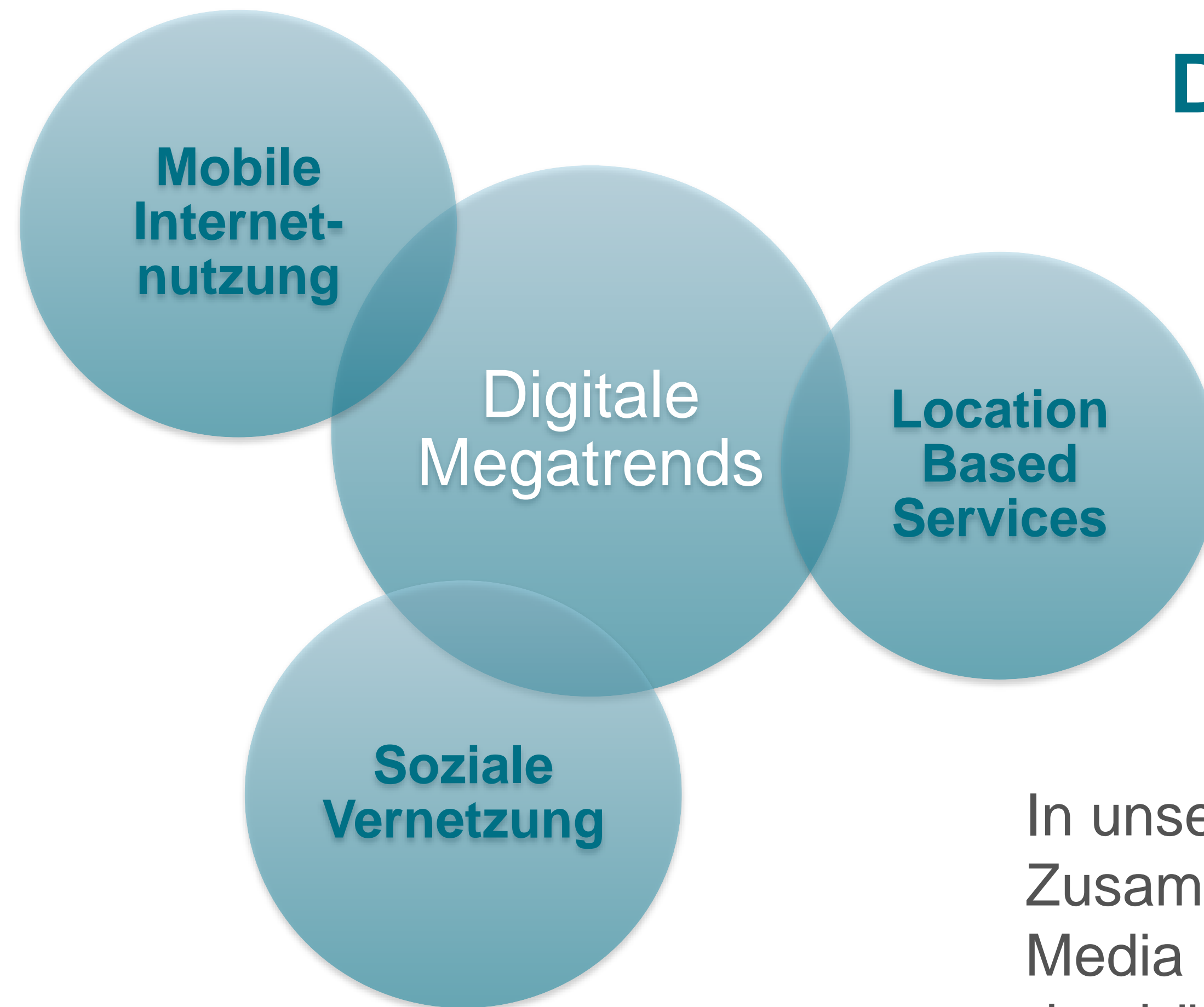
**Digitale
Megatrends**

**Location
Based
Services**

**Soziale
Vernetzung**

Was künftig wichtig wird

Digitale Megatrends in der Innenstadt



Das „So-Lo-Mo-Prinzip“

In unseren Innenstädten stiftet das Zusammenführen von Mobile, Social Media und Location Based Services den höchsten sozialen und ökonomischen Nutzen!!!

Wo stehen unsere
Innenstädte heute?

Wo stehen die Innenstädte heute?

Wie attraktiv sind sie wirklich?



*Bewertung anhand von Schulnoten 1 bis 6, Gesamtdurchschnitte über alle teilnehmenden Städte der entsprechenden Ortsgrößen
 **Aufgrund der sehr geringen Anzahl der Befragten des Bestplatzierten in dieser Kategorie, wurde hier der Zweitplatzierte ausgewiesen

Herausforderungen für Innenstädte

im Kontext „Erlebnis Innenstadtbesuch“

- Fehlende „Erlebnismomente“ in der Innenstadt,
- Negativerlebnisse beim Innenstadtbesuch,
- fehlende oder geringe (lokale) Identität/Profilierung und
- Schwächen im Bereich der Aufenthaltsqualität oder der Serviceorientierung.



Erwartungen der
Kunden?

Antworten der
Innenstädte?

Erwartungen der Kunden

Vom Bedarfs- zum Erlebniseinkauf

Früher



Heute



Erwartungen der Kunden

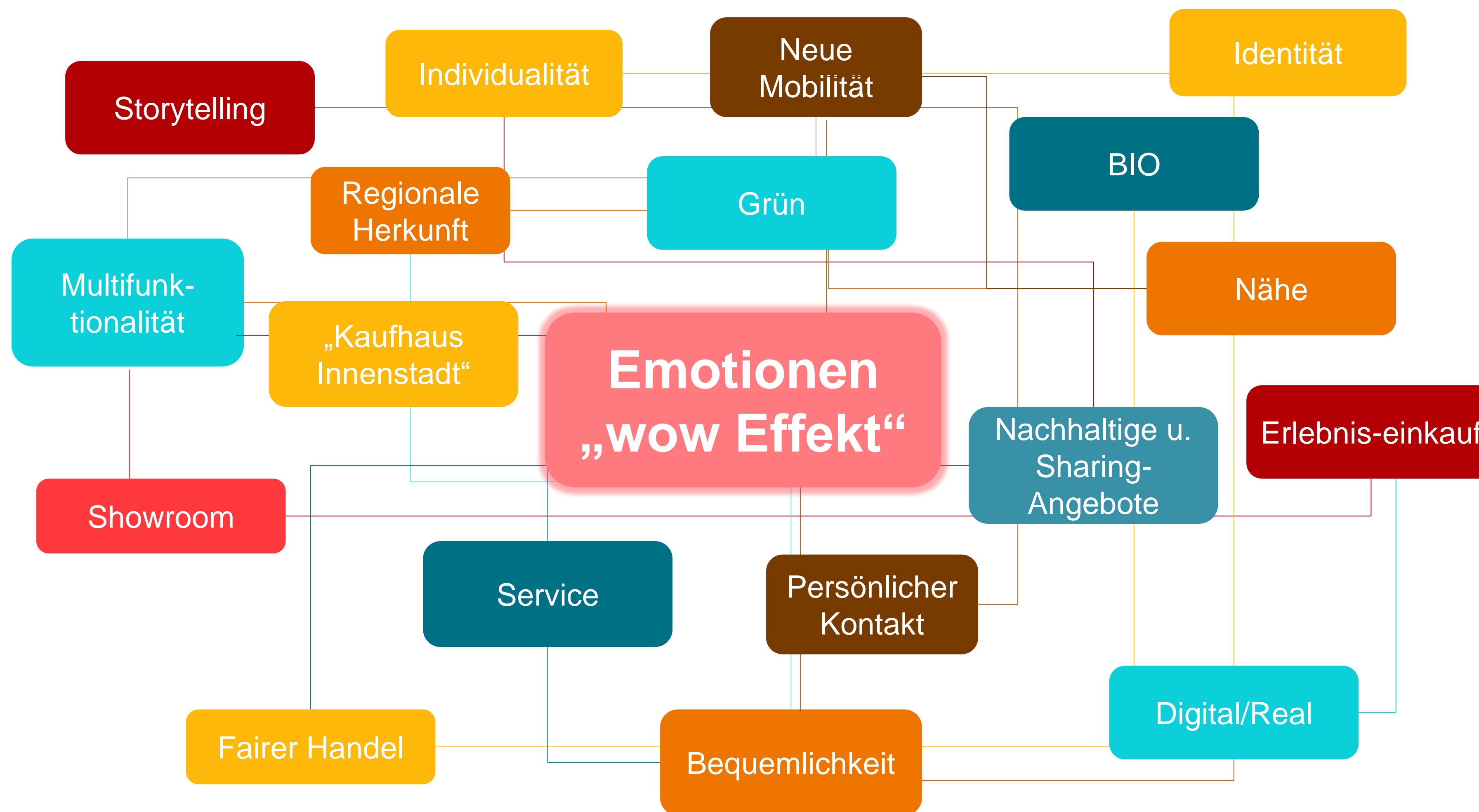
Vom Bedarf- zum Erlebniseinkauf





Antworten attraktiver Innenstädte

Vom Waren- zum Emotionsaustausch oder Emotionshub



Handlungsstrategien

Nutzen Sie die Technik, um
die Menschen zu erreichen!

Kundenverhalten

Wann werden Innovationen angenommen?

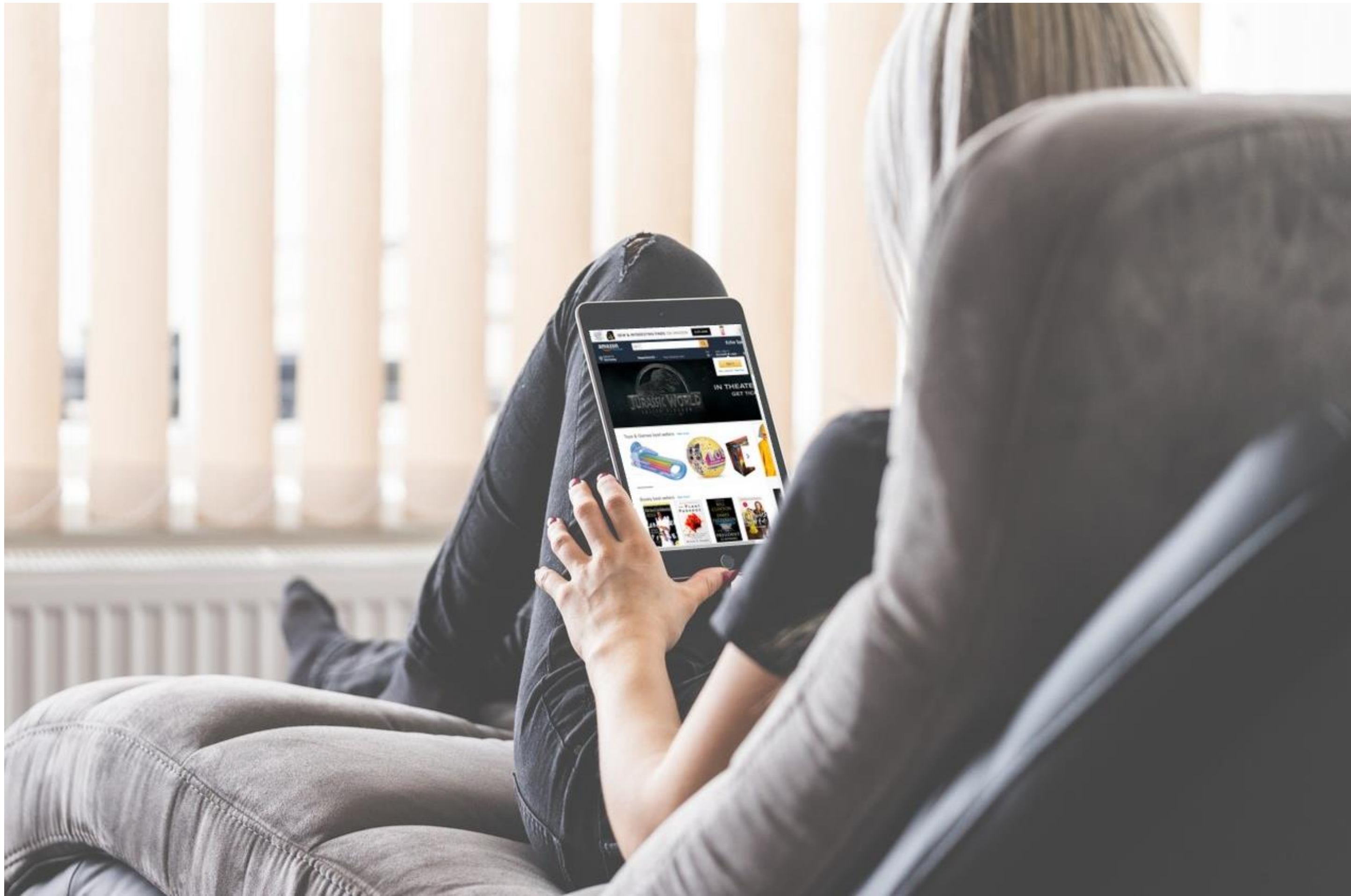
Neue Technologien sind dann erfolgreich, wenn sie ...

- ... dem Menschen das Leben vereinfachen,
- ... dem Benutzer einen Mehrwert bieten,
- ... es ihm ermöglichen, erlernte Verhaltensmuster und Gewohnheiten beizubehalten,
- ... helfen Zeit zu sparen und
- ... Kosten zu senken.

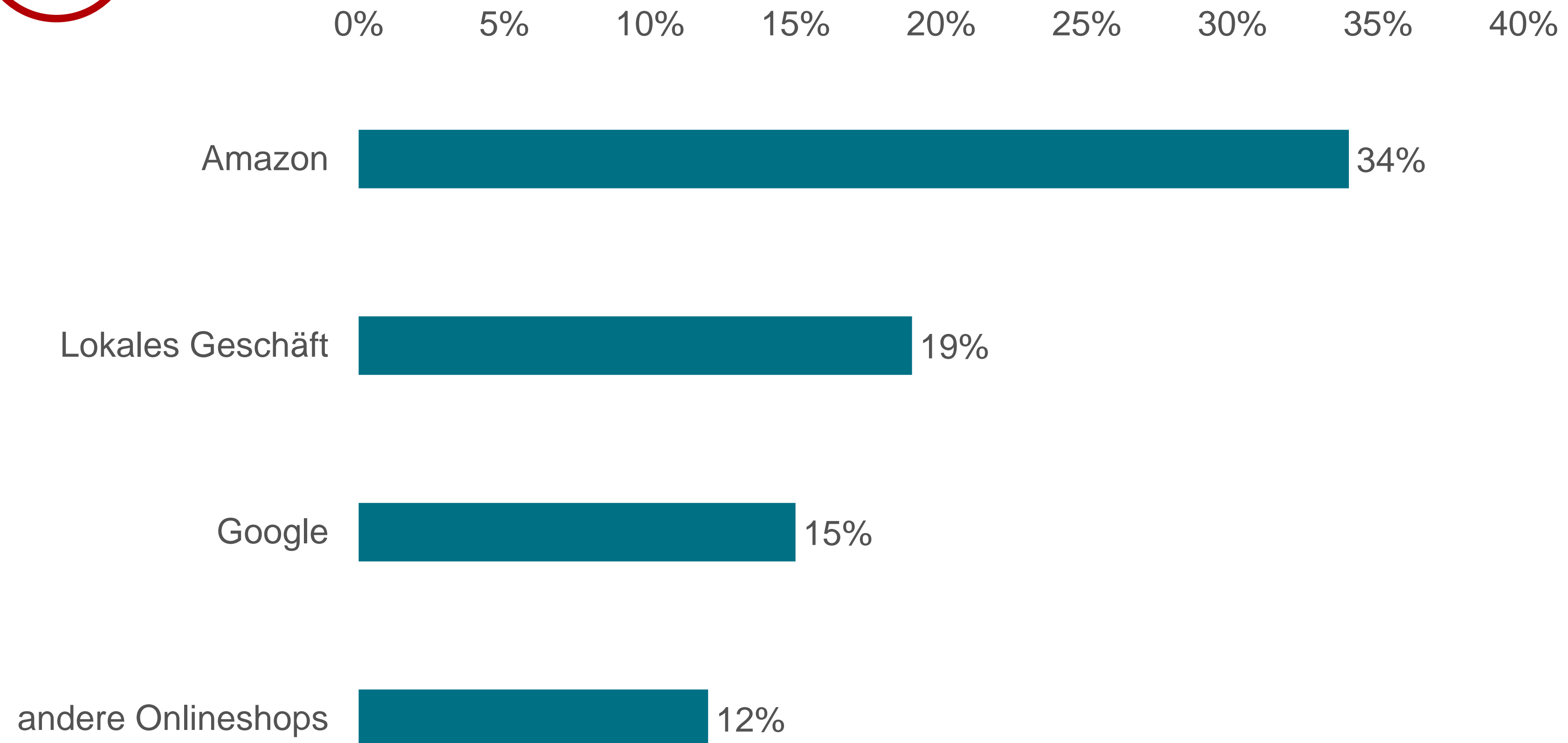


Digitale und analoge Welten
nähern sich – „Eine Welt
Laden“ „Eine Welt Stadt“

Die Suche beginnt auf der Couch

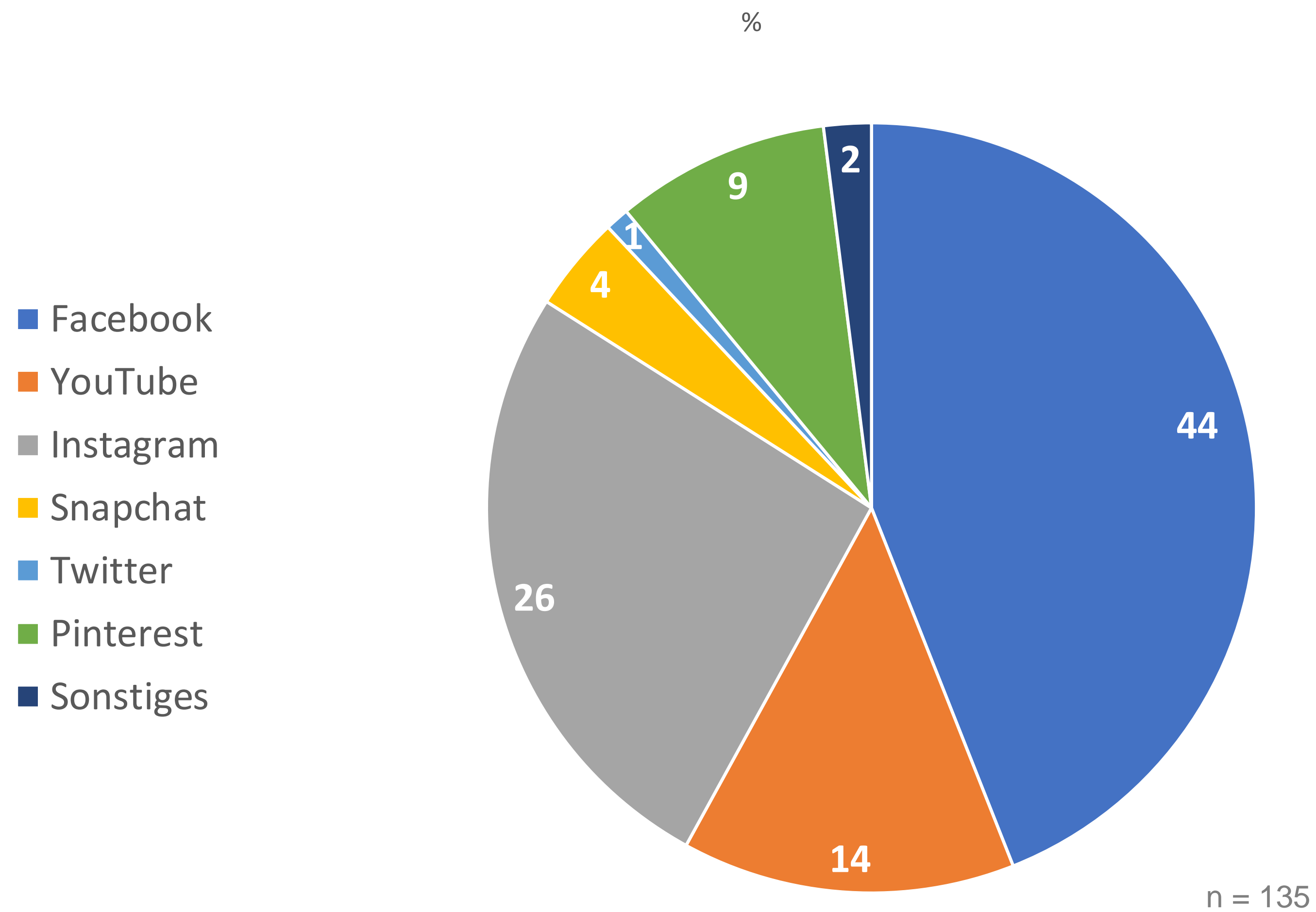


Produktsuche



Social Media Kanalpräferenzen

Durch welchen Social Media Kanal sind Sie auf ein Produkt aufmerksam geworden, welches Sie dann anschließend gekauft haben? Beispiel Ravensburg.

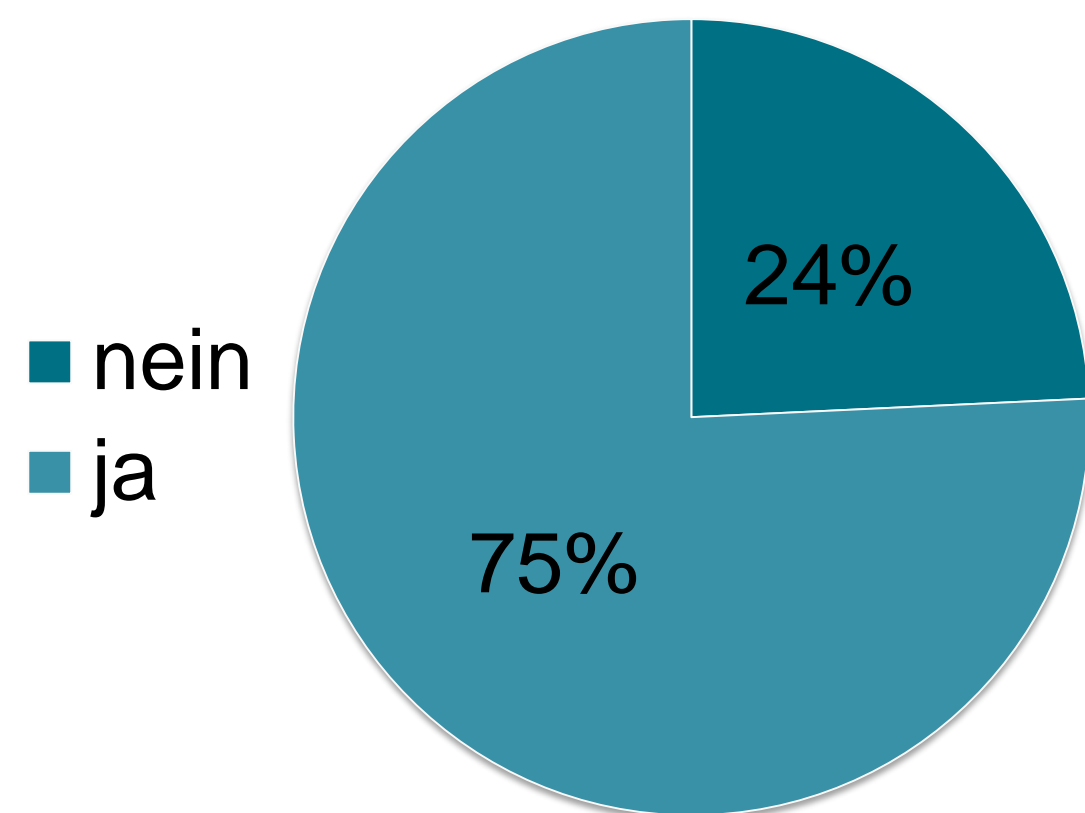


cima Online-Qualitäts-Check Fürth

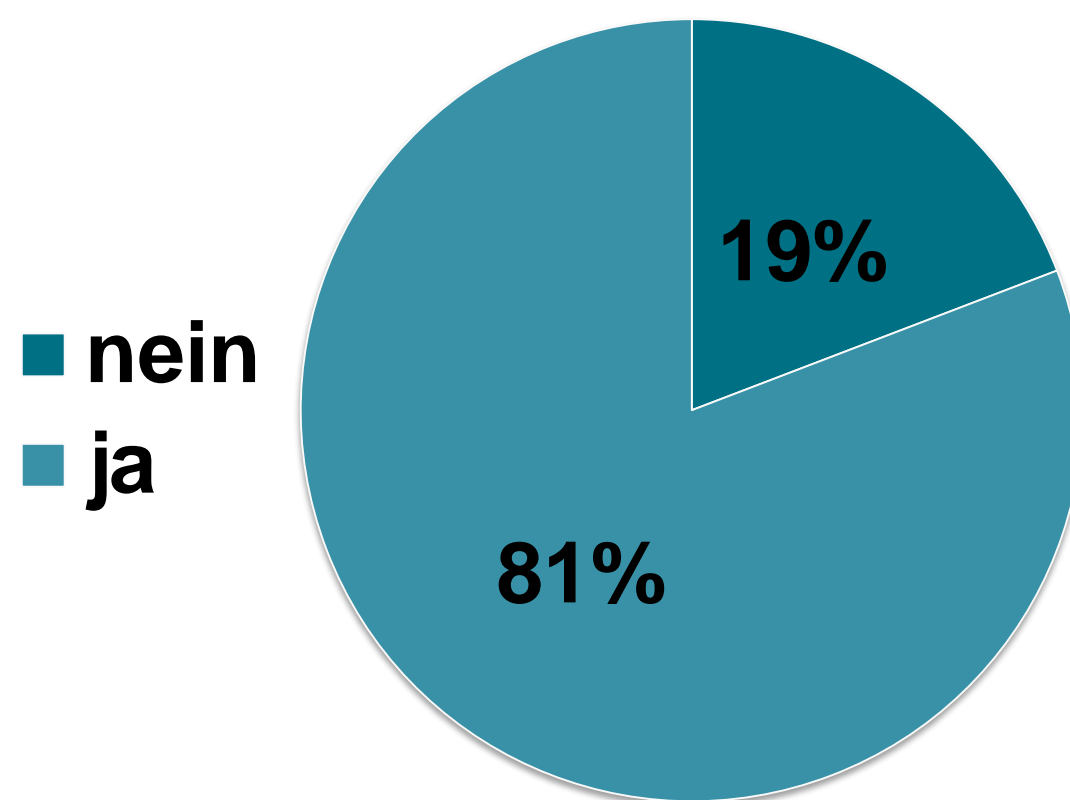
Sichtbarkeit innerstädtischer Einzelhändler im Internet

Suche des Betriebsnamen über Google bzw. in Facebook – insg. 271 Einzelhandelsbetriebe

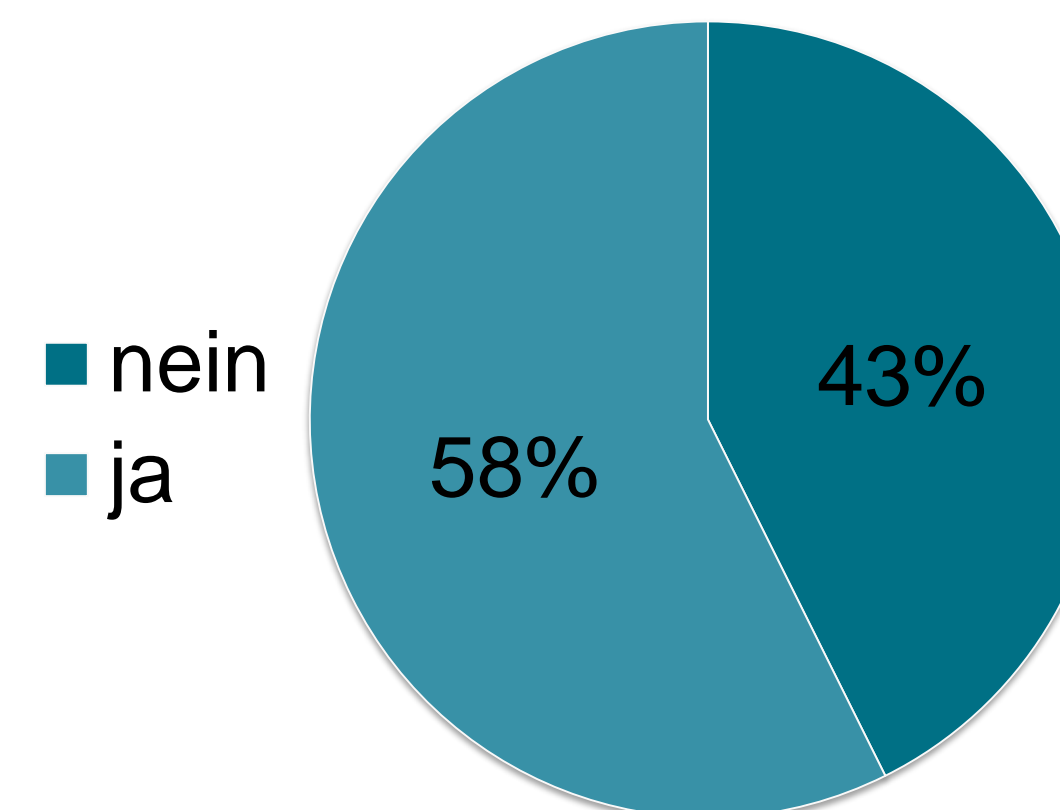
Eigene website



Google Maps

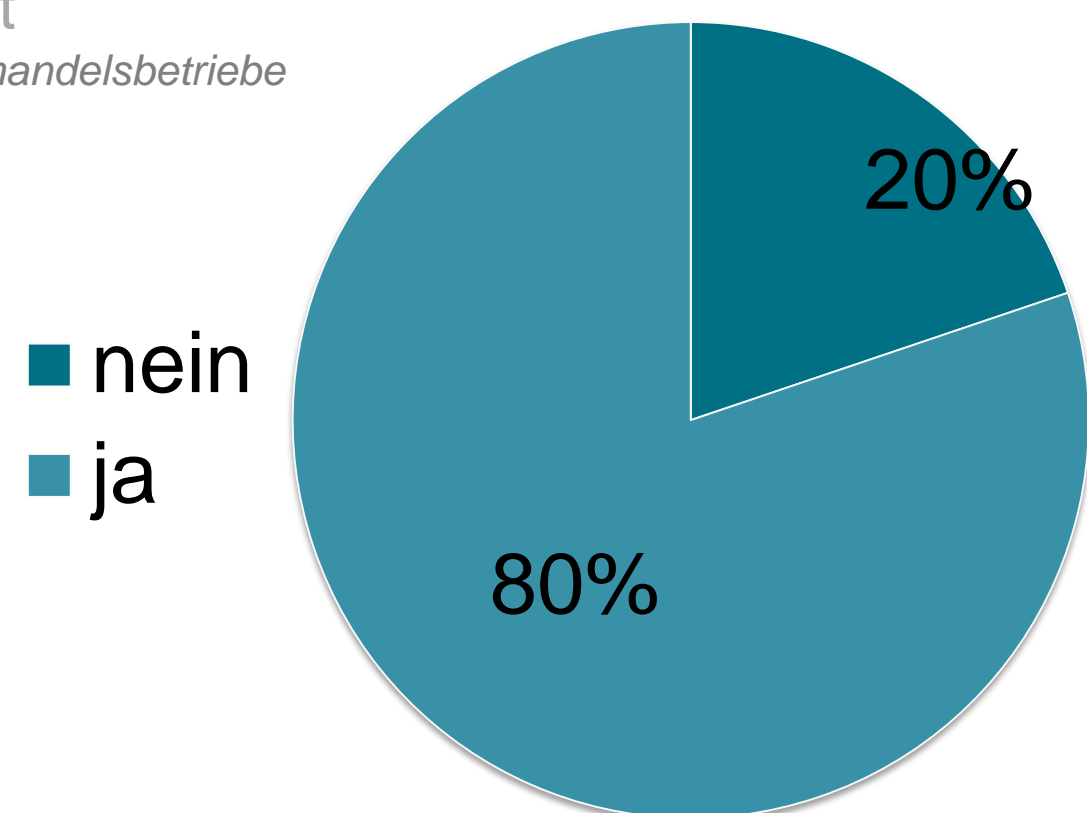


Facebook

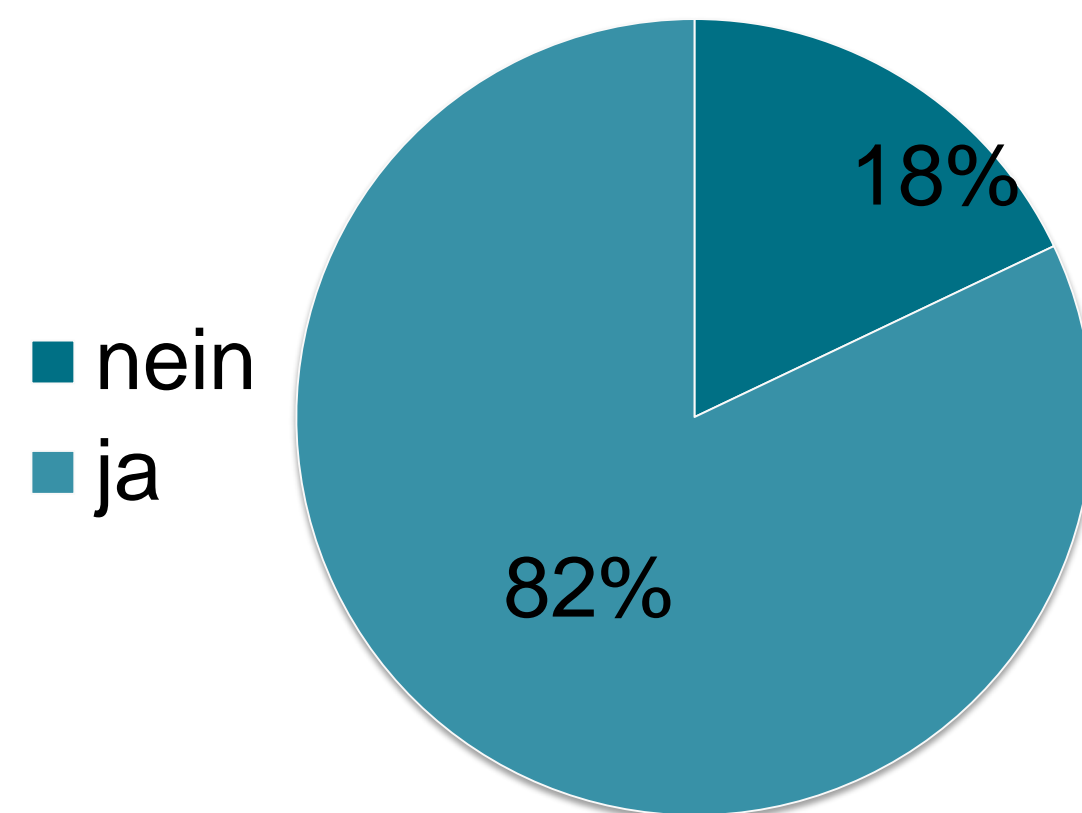


cima 2017

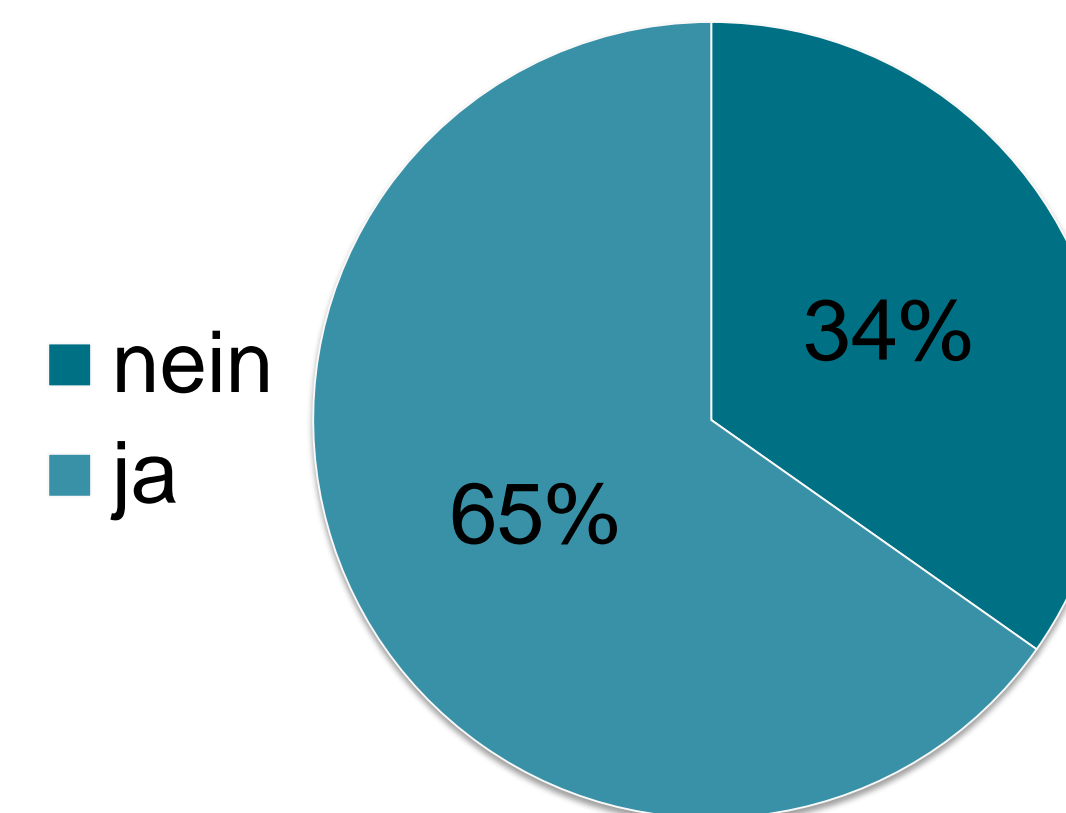
Eigene website



Google Maps



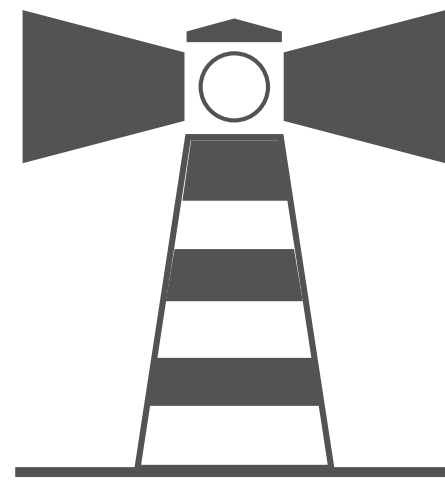
Facebookauftritt



cima 2017

Vergleichsstadt
Schweinfurt
insg. 329 Einzelhandelsbetriebe

„Dreifaltigkeit“ für mehr Frequenz und Umsatz“



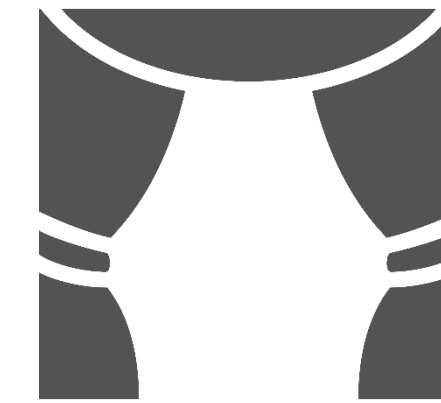
Sichtbarkeit

- Offline wie online
- Mehrere Kanäle
- Richtigkeit
- Vollständigkeit
- Verlässlichkeit
- Authentizität



Erreichbarkeit

- Kommunikation
- Verfügbarkeit
- Reservierung
- Bestellbarkeit
- Lieferbarkeit



Erlebnis

- Besonderheit
- Einzigartigkeit
- Authentizität
- Verlässlichkeit
- Auswahl (virtuell)
- Mehrwert
 - Service
 - Abwechslung
 - Individualität

„Best of Digital Tools“

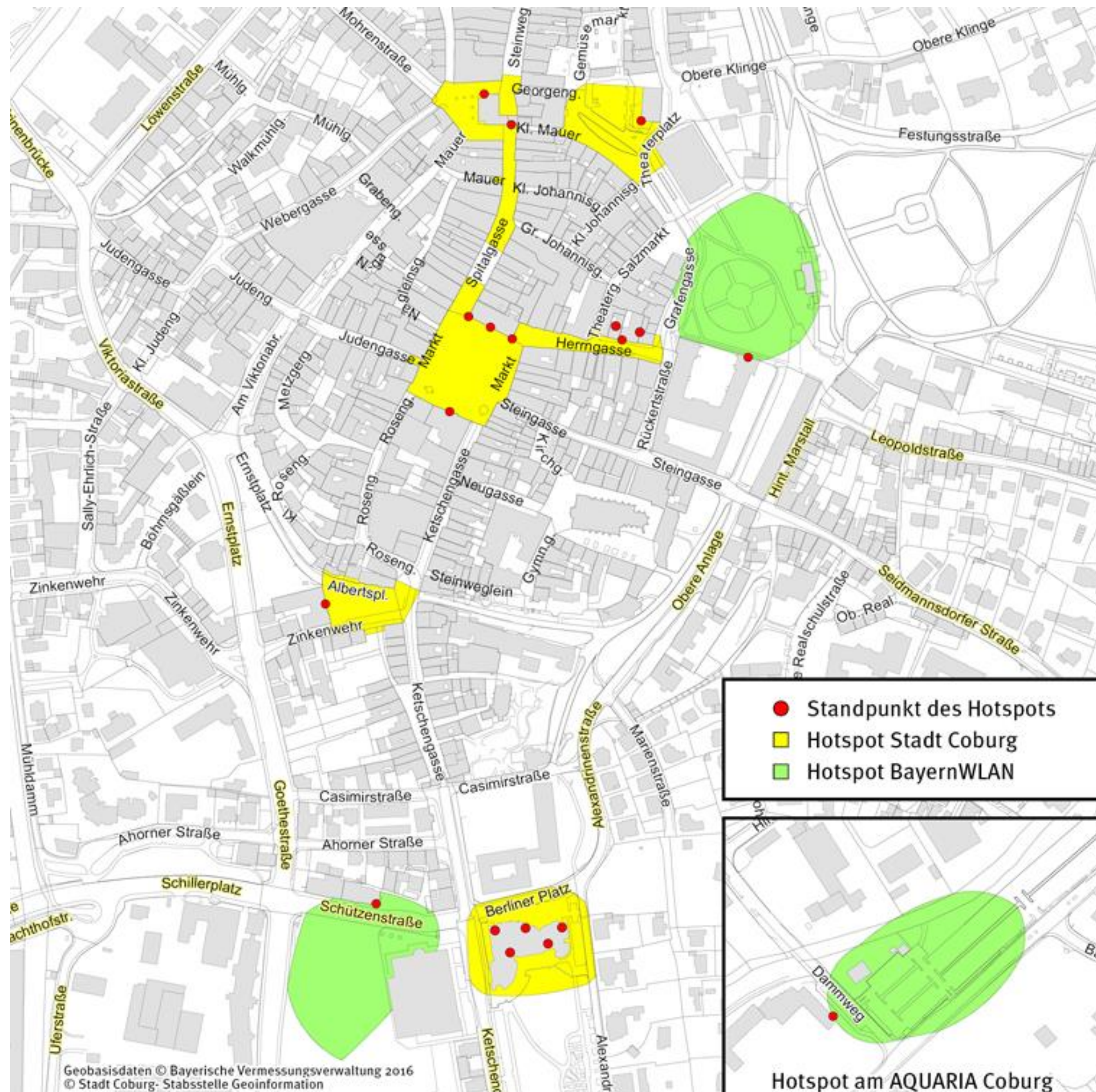
Was funktioniert? Was kommt an?
Tipps zum mitnehmen!

Die Basics müssen stimmen –

W-LAN, Sichtbarkeit dort wo
die Kunden sind!

Öffentliches W-LAN

Öffentliches W-LAN – Stationäre Dienste



- 15 Hotspots an 10 Standorten
- Landingpage coburg.de mit einem Link zu GoCoburg
- automatische Trennung nach einer Stunde
- Filter für unerwünschte Internetseiten
- Betrieb durch städtische [suec//dacor GmbH](http://suec.dacor.de)

Service, auf Kleinigkeiten achten!

cima.



Foto: cima 2016

Digitale „Chill-Ecken“

Beheizbares Sofa mit USB-Anschlüssen in Cham

CIMA.



Revival der
„Steckdose“

Coburg: Thema in der ganzen Stadt spürbar



Geben Sie Ihrem
Kunden eine
„Heimat“!

Pfaffenhofen

„besser daheim“ - persönlich, emotional, lokal



Erst das Know-how,
dann die Technik!

- **DigitalDialogPfaffenhofen:**

- Stammtisch für die Einzelhändler der Online-Plattform
- Erfahrungsaustausch rund um digitale Themen

- **Händler-Workshops:**

- Entwicklung der Dachmarke „besser daheim“ unter dem Motto: „Wer weiter denkt, kauft näher ein“
- Unter der Dachmarke das Online-Schaufenster, aber auch noch viele weitere Aktionen – sowohl Offline als auch Online

- **Händlerschulungen:**

- Vermittlungen des „Handwerkszeugs“ für alle Händler auch in Einzelschulungen im Laden möglich
- In die Betriebe gehen. 2-3 h pro Händler (60 Händler in 4 Wochen!!)

- **Identifikation auf der ganzen Linie:**

- Lieferservice durch den Manager
- Emotion, Identifikation, Lokalcolorit, Sichtbarkeit und Persönlichkeit

Händlerschulung Günzburg – Das Interesse ist groß





CO:Handel(n)



Quelle: Stadt Coburg

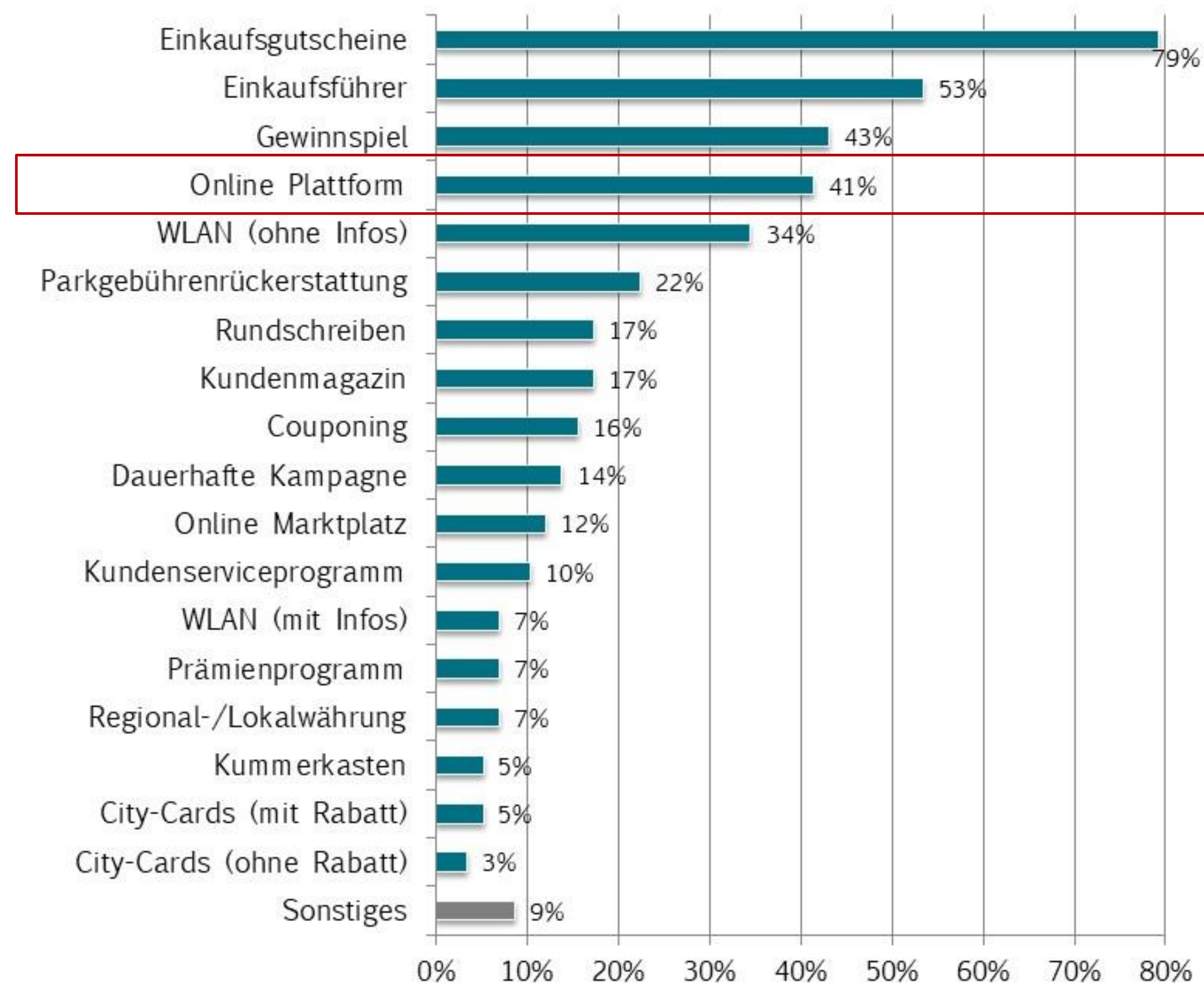
- Schulungsprojekt „Einzelhandel „analog und digital“
- Unterstützung das Geschäft(-smodell) an die digitale Welt anzupassen
- Suchten bis zum 30. September 2017 10 Stipendiaten
- Zeitraum: Oktober 2017 – Juni 2018

Fragen Sie zuerst die Kunden,
danach Technikanbieter und
Programmierer!

Online-Umfrage 2017 IHK BW

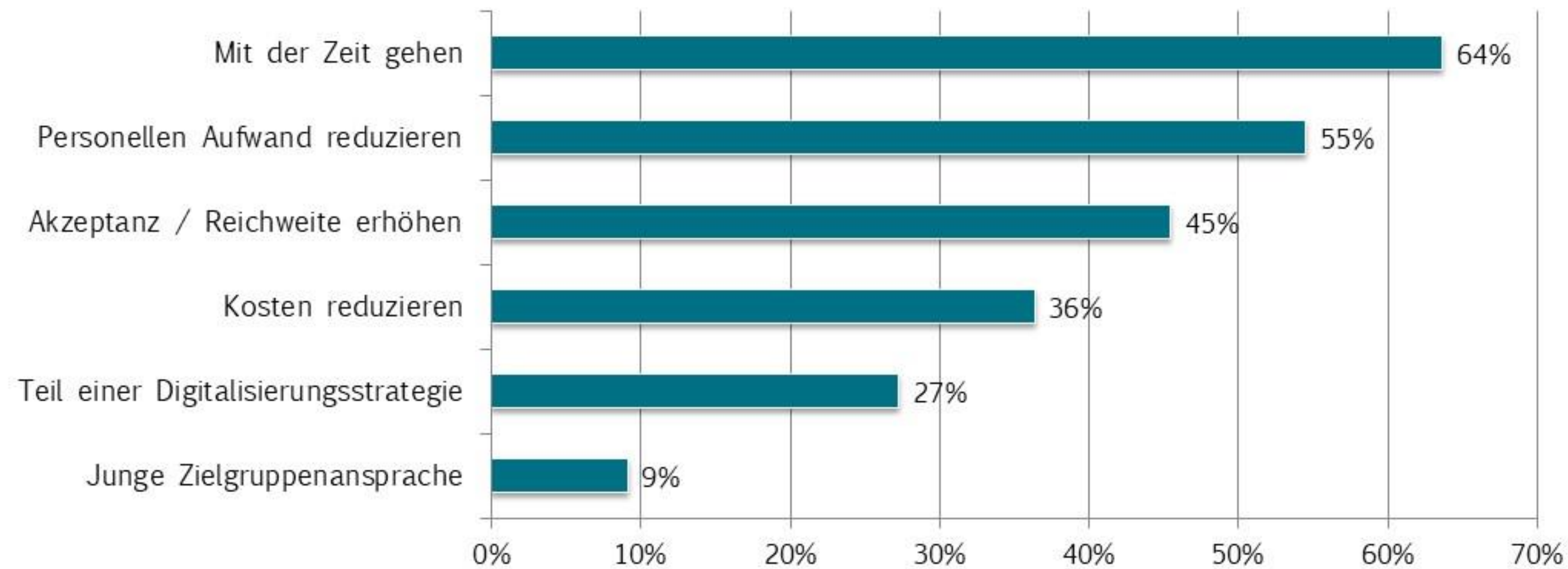
Welche Kundenbindungsinstrumente gibt es in Ihrer Stadt?

- Das am weitesten verbreitete Kundenbindungs-instrument sind **Einkaufsgutscheine** (v.a. in analoger Form)
- Als erstes rein digitales Kundenbindungsinstr. wurden **Online-Plattformen** auf Platz 4 gelistet
- Nur **34%** verfügen über ein WLAN-Zugang (ohne Bereitstellung lokaler Informationen)



Digitalisierung der Kundenbindungsinstrumente

Gründe für die geplante Digitalisierung



„Sie glauben gar nicht wie viele meiner Mitarbeiter jeden Tag damit beschäftigt sind, Geschenkgutscheine von einem Ort zum nächsten zu bringen, abzuholen, abzurechnen etc. Das ist natürlich auch ein Ergebnis der Entscheidung vor ein paar Jahren ein sehr einfaches, analoges System zu nehmen“ (Expertenmeinung zu „personellen Aufwand reduzieren“)

Digitale Kundenbindungsinstrumente

Künftige Nutzen für Unternehmer (Händler)

Welchen Nutzen sollten digitale Kundenbindungsinstrumente für **Unternehmer (Händler)** künftig haben?

- Kundenfrequenz erhöhen
- Zu höheren Umsätzen beitragen.

- Kopplung zwischen online und stationär (Multichannel-Aktionen, -Marketing und/oder –Vertrieb)
- Stärkere Kopplung der Händler untereinander

- Wissen über Kundenbedürfnisse anreichern

- Muss in täglicher Bedienung kostenärmer sein als analoge Lösungen
- Verständliche Technik und einfacher Ablauf

Handlungsstrategien

Digitalisierung von Kundenbindungsinstrumenten

- Digitale Kundenbindungsinstrumente in **kommunale Digitalisierungsstrategie** integrieren (Digitalisierung)sstrategie) muss Chefsache sein!
- Kompetente Kümmerer (**Digitalisierungsbeauftragte**)
- Produkt muss **praxistauglich und reif** sein!
- **Kritische Masse** an teilnehmenden Händlern als Basis!
- **Idealfall: All-in-one-Produkt.** Bündelung sämtlicher kundenorientierten Services einer Kommune in digitalem Kundenbindungsinstrument inkludieren → Nutzwerte schaffen!



Ostereierjagd 2.0 in Weiden

Nominiert für den Stadtmarketingpreis 2016



- Jagdobjekte: Versteckte bunte Eier mit QR-Codes
- Eine Woche im eher schwachen Vorostergeschäft
- Teilnehmer Pilotprojekt: 22 Geschäfte der Innen- und Außenstadt
- Scan des QR-Codes mit dem Smartphone
- Angebote in Form von Rabatten, Zugaben und Services
- Vorzeigen des angezeigten Coupons
- Sofortiges Einlösen an der Kasse

Ostereierjagd 2.0 in Weiden

Nominiert für den Stadtmarketingpreis 2016




- Niedrigschwelliges E-Commerce Einstiegsprojekt für den Handel
- Wiederverwendbarkeit der Landingpage für weitere Online-Aktionen ermöglicht kostengünstige Wiederholungen und Variationen
- Vernetzung mit vielen Partnern für Marketing/Sponsoring
- Gelungener Pilot erhöht Interesse und Mitmachbereitschaft der Händler für Folgeprojekte



Coburger Mittagspausenführer

www.coburg.de/mittagspause

Was gibt es heute Mittag zu essen? Aus einer einfachen Frage ist eine Online-Anwendung entstanden. Mittlerweile werden im Innenstadtportal die Mittagskarten vieler Coburger Gastronomen wöchentlich veröffentlicht. Ein Service, der gerne genutzt wird. Der Mittagspausenführer zählt zu den beliebtesten Angeboten des Innenstadtportals.



Mittagspausenführer

In 30 Minuten Mittagspause in der Innenstadt schnell, gut und günstig essen? Bei uns kein Problem. Neben den üblichen Angeboten von Bäckern oder Metzgern bieten eine Reihe Coburger Restaurants, Cafés oder Snack-Bars eine wöchentlich wechselnde Speisekarte an. So können Sie schon vorab im Internet aussuchen, worauf Sie Appetit haben und sparen somit in der Mittagspause Zeit!

Wir sind dabei:
 Amadeus Bistro-Café • Bistro Casimodo • Brauhaus zu Coburg • Café Babbel • Café Feiler • Café-Konditorei Schubart • Fleischerei Fischer • Gemüsemarkt • Henneberger Haus • Hungry Highlander • Il BARETTO • PICKNICK COFFEE&SNACKS • Restaurant Rosengarten • Welt-Basar-Thai-Imbiss

Guten Appetit!

Sie möchten auch dabei sein?
 Hier könnten die Angebote aus Ihrer Speisekarte stehen!
 Wenn auch Sie dabei sein möchten, benutzen Sie unser Kontaktformular

Mehr zum Anbieter: Hier erfahren Sie die **Adresse** und **Öffnungszeiten** des Restaurants und können die **Wochenkarte herunterladen**.


Wochentage
Gastronomie

Montag, 04.04.2016
▼

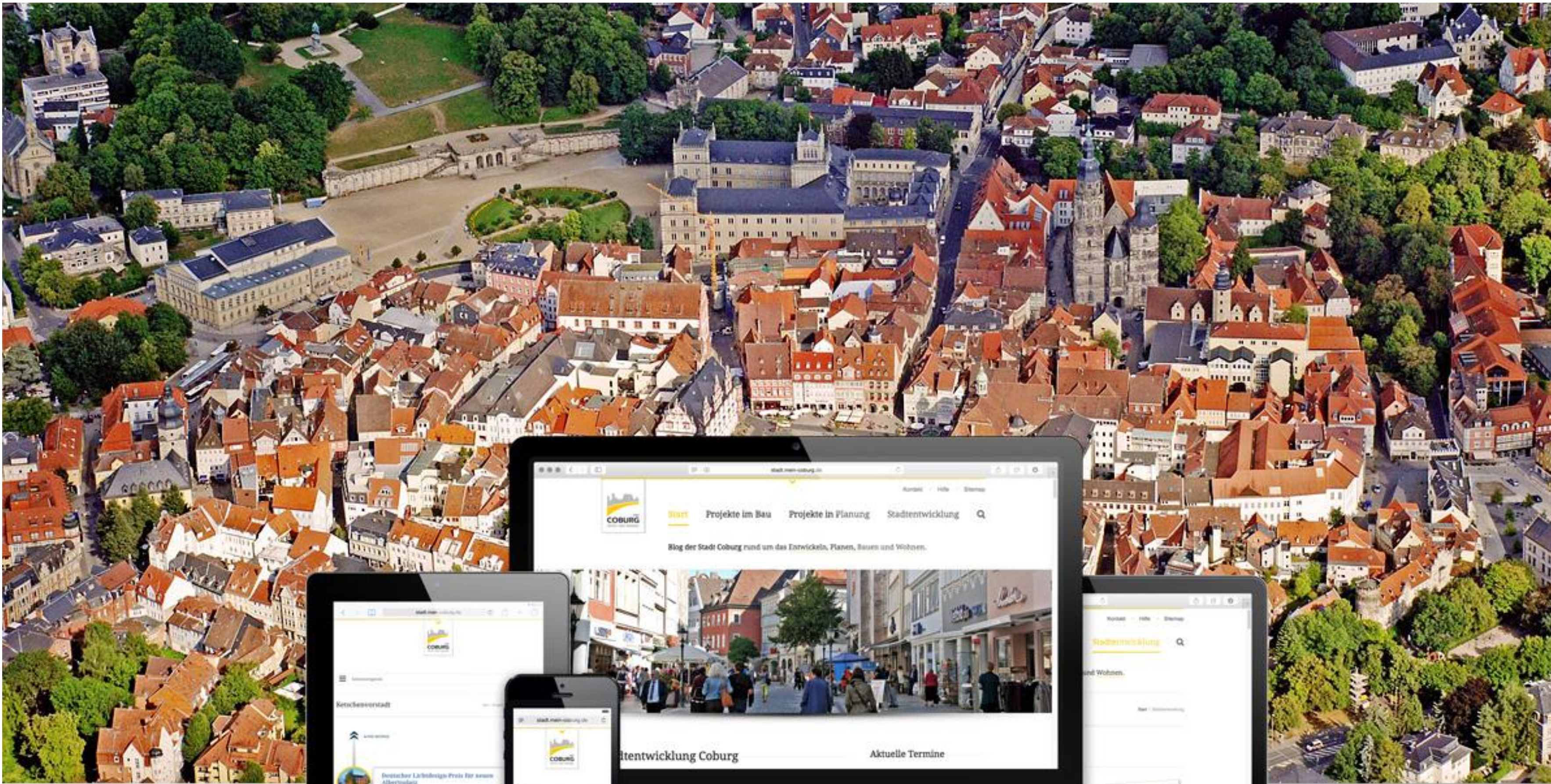
Dienstag, 05.04.2016
▼

Mittwoch, 06.04.2016
▲

Amadeus Bistro-Café
▼

Kartoffelsuppe mit Würstchen 2,90 €


Coburg: Der „baublog“ als Instrument zur Information der Bürger





Handyparken –
jetzt noch einfacher mit der **sms&park-App!**

Kostenfreier Download unter www.sunhill-technologies.com

- » Anzeige des nächstgelegenen Parkplatzes
- » Kein Tippen der SMS nötig
- » Automatische Erinnerung
- » Verlängern von unterwegs



Downloads unter: www.sunhill-technologies.com



sunhill technologies



FAQ's – Ihre Fragen zu sms&park

Brauche ich ein spezielles Handy um sms&park nutzen zu können?

Nein, sms&park kann mit jedem Handy genutzt werden. Spontan, ohne Registrierung und von unterwegs aus.

Woran erkenne ich, dass ich einen gültigen Parkschein gelöst habe?

Sobald Sie die Bestätigungs-SMS erhalten haben, gilt der Parkschein als gelöst.

Sind die Parkgebühren, die gleichen wie am Automaten?

Ja, die Parkgebühren richten sich nach der kommunalen Parkgebührenordnung. Hinzu kommt die Gebühr für den SMS-Versand sowie ein Serviceentgelt pro Parkvorgang in Höhe von 10 %.

Wie wird der Parkschein per SMS bezahlt?

Es wird automatisch über Ihre Mobilfunkrechnung oder das Prepaid-Guthaben abgerechnet.

Kann ich einen Strafzettel bekommen, wenn ich per Handy bezahle und keinen Parkschein im Auto hinterlege?

Nein, die Parkraumüberwacher können digital überprüfen, ob für das jeweilige KFZ-Kennzeichen ein Handyparkschein gelöst wurde.

Wo kann ich eine Quittung für meine Parkvorgänge bekommen?

Auf www.sunhill-technologies.com können Sie sich unter Quittungsdownload einen Nachweis für Ihre Parkgebühren herunterladen. Sie geben dort nur Ihr KFZ-Kennzeichen sowie die PIN-Nummer aus der Bestätigungs-SMS ein.



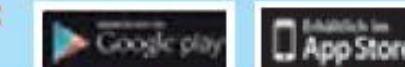
sunhill technologies



Parkschein per Handy: clever, schnell und einfach!



Jetzt scannen für noch einfacheres Parken und mehr Vorteile:



- » Mit jedem Handy spontan nutzen
- » Automatische Erinnerung
- » Verlängern von unterwegs

Quittungsdownload:

www.sunhill-technologies.com



In Zusammenarbeit mit:



Infos und Beratung unter 0 91 31 / 625 99 25

Geschichten machen
neugierig und locken
Kunden!

Storytelling übermitteln Werte, keine Werbung

- Geschichten beinhalten erzählerisch gestaltete Werbebotschaften, die von den Kunden vordergründig nicht als solche identifiziert werden
 - Modernes Storytelling bedient sich verschiedener Kommunikationsformen wie Text, Fotos oder Videos
 - Erlebnisse, Emotionen und Werte stehen im Vordergrund
-
- Es geht um die Geschichten um das Produkt herum
 - Storys mit spannendem Content, um die angepeilten Zielgruppen zu erreichen



Emotion, Erlebnis, Inszenierung

Digitalisierung und Identität



- Metzgerei Böbel in Rittersbach (Lkr. Roth) (< 300 Einwohner)
- Webseite
- Onlineshop (50% Umsatz online)
- Facebook-Auftritt
- YouTube-Kanal
- Workshops
- 24-Stunden-Selbstbedienung am Wurstautomat
- Wursttaxi
- Versenden von Wurstbriefen
- Workshops und Wurstkurse
- u.v.m.





Offline 'social Media

Wurstkurse



EBSer Adventskalender

Initiative der Werbegemeinschaft Ebermannstadt und des Zentrenmanagements

cima.



- 24 Aktionen von 24 teilnehmenden Geschäften aus Ebermannstadt
- Hinter jeden Türchen eine neue Aktion
- Verteilung der Papieradventskalender über das Mitteilungsblatt und Auslage in den teilnehmenden Geschäften
- Begleitung der gesamten Aktion auf dem Blog des Zentrenmanagements
- Täglich „Öffnen des Türchens“ auch digital auf dem Blog und der Facebookseite der Stadt Ebermannstadt
- Informationen über die Geschäfte und die Adventsaktionen hinter den digitalen Türchen

EBSer Adventskalender

Initiative der Werbegemeinschaft Ebermannstadt und des Zentrenmanagements

Türchen öffnen

 **Stadt Ebermannstadt (Offiziell)**
22. Dezember 2017 · 🌐

23. Türchen des EBSer Adventskalenders: "Sausage is my message"

Ein die Hauptstraße prägendes Geschäft mit stets einem Fahrrad vor der Tür darf bei unserem EBSer Adventskalender natürlich nicht fehlen, deshalb ist es eigentlich nur selbstverständlich, dass wir Ihnen heute die Metzgerei Hübschmann vorstellen. Die Geschichte der Metzgerei beginnt so richtig nach dem 2. Weltkrieg, als die Eltern von Herrn Hübschmann die Metzgerei in der Hauptstraße 34 neu eröffneten. 1987 überna... Mehr anzeigen



Seit 2000 ist am Marktplatz 19 in Ebermannstadt das Modengeschäft Extra Jeans und Mode zu finden. Dort beraten die Inhaberin Frau Jablonofsky und ihr Team ihre Kunden kompetent rund um das Thema Mode.

Wie der Name des Geschäftes schon verrät, steht hierbei das Thema Jeans im Fokus und das erkennt man auch sofort, wenn man das Geschäft betritt. Durch die mittlerweile 17 Jahre lange Erfahrung, hat das Team ein „Jeans-Augenmaß“ entwickelt und verhilft jedem Kunden mit viel Freude zu einer neuen Jeans.

Durch die Kleinstadtatmosphäre in Ebermannstadt kennt hier jeder jeden und auch im Extra Jeans und Mode schätzt man den persönlichen Kontakt, der mit vielen Kunden, aber auch vielen Touristen aufgebaut werden kann, da diese immer wieder gerne in Extra Jeans und Mode kommen.

Jetzt zur Vorweihnachtszeit macht auch Extra Jeans und Mode beim EBSer Adventskalender mit. Heute am 14. Dezember, 10 Tage vor Weihnachten, gibt es eine Geschenkkaktion im Extra Jeans. Jeder Kunde bekommt heute zu seinem Einkauf einen Loop oder einen Winterschal geschenkt. Sollten Sie also für diesen Winter noch auf der Suche nach einem Schal sein, dann sind Sie heute bei Extra Jeans und Mode genau richtig. Aber auch sonst, wenn Sie auf der Suche nach einer neuen Jeans und sehr guter Fachberatung sind, sollten Sie mal bei Extra Jeans und Mode vorbeischaun.

Zum Schluss haben Frau Jablonofsky und ihr Team noch einen Geschenketipp für Sie: Zum einen Geschenkgutscheine, denn diese gehen immer, vor allem, wenn man die richtige Größe der Person nicht unbedingt kennt und zum anderen Glitzermode. Denn diese sollte dieses Jahr auf keiner Weihnachts- oder Silvesterfeier fehlen. Schauen Sie doch einfach mal am Marktplatz 19 vorbei, hier finden Sie bestimmt noch das passende Outfit für die nächste Feierlichkeit. Das Team von Extra Jeans und Mode freut sich auf Sie!

Geben Sie Ihren Geschäft ein
Herz und ein Gesicht!

Leidenschaft!

wir-in-günzburg.de

Geschäfte Dienstleister Gastronomie & Hotels Mein Konto Warenkorb

Händler, Produkte und Dienstleister in Günzburg durchsuchen

NEU SALE ESSEN, TRINKEN & GENUSS HEIM & GARTEN FASHION & ACCESSOIRES GESCHENKE & ANLÄSSE ALLE KATEGORIEN EVENTS SERVICE

Blumen Eber

Leidenschaft Blüte

118 Produkte Online

Blumen & Floristik

Birkenried 2
89423, Gundelfingen Birkenried

08221 5914

Öffnungszeiten
Mo-Fr 08:00-18 Uhr
Sa 08:00-14:00 Uhr

E-Mail senden
Website besuchen

Video

Highlights Angebote Neuheiten

Emotion!

Cima.

The image shows a screenshot of the 'besser daheim' website. At the top, there is a navigation bar with icons for 'Geschäfte', 'Dienstleister', 'Gastronomie & Hotels', 'Gesundheit', 'Mein Konto', and 'Warenkorb'. Below this is a search bar with the text 'Händler, Produkte und Dienstleister in Pfaffenhofen durchsuchen' and a magnifying glass icon. A secondary navigation bar lists categories: 'NEU', 'SALE', 'FASHION & ACCESSOIRES', 'TIERBEDARF', 'SPIELZEUGE & SPIELE', 'HEIM & GARTEN', 'ALLE KATEGORIEN', 'BESSER DAHEIM', and 'EVENTS'. The main content area features a photograph of a clothing store interior. A woman is smiling and holding two young children. One child is holding a large red fan. The store is filled with clothing racks and mannequins. A sign in the background reads 'GERRY WEBER'. In the bottom left corner of the photo, there is text: 'Modehaus Boniberger' and 'Hauptplatz 35'. There are also two small white circles on the photo, one on the left and one on the right, highlighting specific areas.

„besser daheim“ – „Der Projektbotschafter“

Pfaffenhofen



„Beim Liefern komme ich ins Gespräch, erfahre viel über die Kunden und gewinne sie als „Botschafter“ für das Projekt!“

Tue Gutes und rede
darüber!

The screenshot shows a Facebook page for 'wir-in-günzburg.de'. The page header includes a search bar with the URL, a user profile for 'Nikola', and navigation links like 'Startseite', 'Einstellungen', and 'Hilfe'. The main content area features a yellow banner with the text 'Der neue Online-Marktplatz' and a logo consisting of a building outline, a heart, a shopping bag, and an '@' symbol, with the URL 'wir-in-günzburg.de' below it. To the left is a yellow profile picture with the text 'WIR SIND GÜNZBURG'. Below the banner is a testimonial box with the title 'Exemplarische Händlernaussage' and a quote: '„Ich bin begeistert. Jeden zweiten Tag eine Bestellung und Kunden, die sagen ‚Oh, habe gar nicht gewusst, dass Sie so viel Auswahl im Laden haben.‘ Verbandsvorstände rufen mich an und fragen, wie meine Erfahrung mit der Plattform ist. Ich merke wirklich etwas von dem ‚WIR-Gefühl!‘“'. The bottom of the page shows interaction buttons: 'Gefällt dir', 'Abonniert', 'Teilen', and a menu icon.



wir-in-günzburg.de
@wiringuenzburg.de

Startseite

Beiträge

Bewertungen

Der neue
Online-Marktplatz



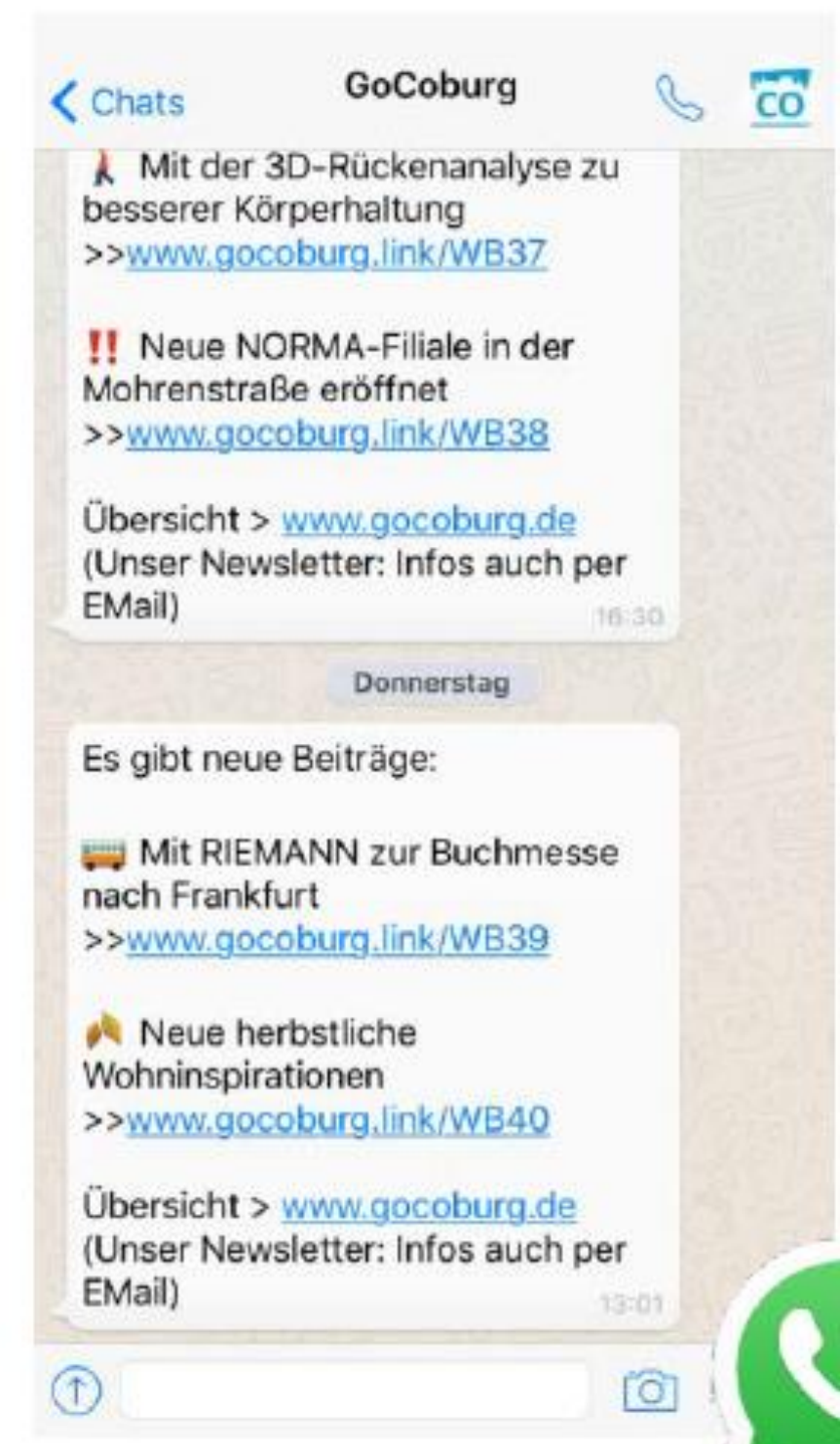
Exemplarische Händlernaussage
„Ich bin begeistert. Jeden zweiten Tag eine Bestellung und Kunden, die sagen ‚Oh, habe gar nicht gewusst, dass Sie so viel Auswahl im Laden haben.‘ Verbandsvorstände rufen mich an und fragen, wie meine Erfahrung mit der Plattform ist. Ich merke wirklich etwas von dem ‚WIR-Gefühl!‘“

Gefällt dir Abonniert Teilen ...

„GoCoburg“ - Vermarktung



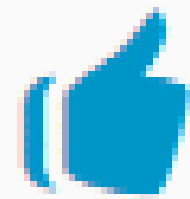
Klickrate zwischen 15-25%



Coburg: Social Media-Marketingmaßnahmen

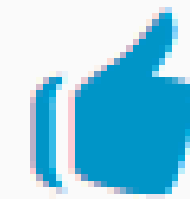
Das sagen die Händler

Cima.



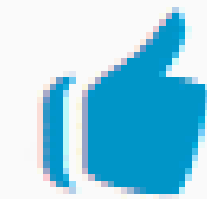
„Nach unserem Beitrag auf GoCoburg haben wir in der darauffolgenden Zeit deutlich mehr Bücherabos verkauft. Auch wenn wir Veranstaltungen bewerben, spüren wir erkennbar mehr Nachfrage.“

Martin Vögele
(Buchhandlung
Riemann)



„Eine Kundin kam extra aus Jena nach Coburg, weil sie zuvor im Netz nach Einkaufsmöglichkeiten gesucht hatte und bei GoCoburg auf meine Beiträge gestossen ist und ihr die Präsentation gefallen hat.“

Steffi Cestone
(Emozione)



„Nachdem wir auf GoCoburg unsere Massagerollen beworben hatten, kamen etliche Kunden in den Laden und haben gezielt danach gefragt. Die Werbung hat auf unser Angebot aufmerksam gemacht.“

Tamara Duda
(vitalcentrum
BRÜNNER)



Probieren und Experimentieren lohnt!



- Lieferservice wird sehr gut angenommen
- von ca. 1/3 der Kunden genutzt
- übertrifft Erwartungen nach Umfrage
- Ebenfalls gut angenommen: Deutschlandweite Bestellungen

Ihre Vorteile – lernen Sie uns kennen

- **Immer aktuell** und als einer der ersten informiert
- Günzburger **Unternehmen kennenlernen**
- **Exklusive Angebote** und neue Produkte der Händler entdecken
- Online und doch **vor Ort einkaufen**
- **Lieferung am selben Tag** in Günzburg
- Aktionen und Veranstaltungen im **Eventkalender** für Günzburg

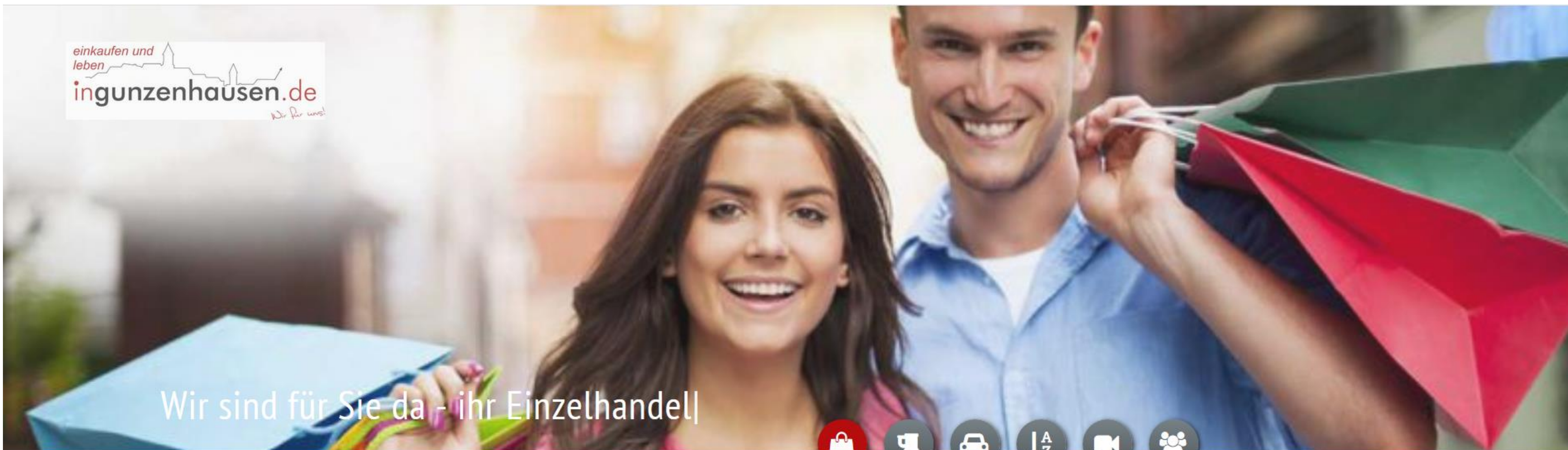
Günzburg: Nachvollziehbarer ROPO Effekt



- Der gewünschte Effekt, dass die Kunden nach der Suche auf der Website in die Geschäfte vor Ort kommen ist nachvollziehbar vorhanden
- Kunden sprechen Händler in die Geschäften direkt auf die Website an



- Sehr gute Annahme & Bekanntheit der Website über Suchmaschinen & direkte URL-Eingabe



einkaufen und leben
ingunzenhausen.de
Wir für uns!

Wir sind für Sie da - ihr Einzelhandel

Suche nach Stichworten

Suche

Einträge filtern nach ...

- Ärzte
- Bauen + Wohnen
- Beratung
- Brillen

0.0%

Neue Services die ankommen!

Edeka Möllenkamp

CIMA.

- Einstellung auf immer mehr Arbeitnehmer (Einkauf auf dem Arbeitsweg) und demographischen Wandel (ältere Menschen müssen Waren nur noch abholen)
- Erstellung von Einkaufszetteln per App oder Internet
- Aktuelle Sortimente, Verfügbarkeit etc.
- Exakte Angaben zu Inhaltsstoffen etc. für jedes Produkt
- Zusammenstellung des Warenkorb durch Edeka-Markt
- Abholung am selben Abend möglich
- Lieferservice für Orte im Radius von 10km mit Gebühr
- Bestellung bis um 11:00 Uhr, um eine Abholung/Zustellung am gleichen Tag zu ermöglichen



WinWin Situation statt Krieg der Welten

GoCoburg | Online Schauf... X

https://www.gocoburg.de

Meistbesucht Erste Schritte

Läden entdecken beim 360° Online-Rundgang

GO COBURG

Start Anbieter Kategorien Marken Informiert bleiben Service Für Anbieter

2. März 2017

Wetterbericht für die nächsten...
1. März 2017

Newsletter & WhatsAppNews

SCHON LUST AUF SOMMER?
Der nächste Sommer kommt bestimmt.
Bei der neuen Bademode...
26. Februar 2017

LINDERUNG FÜR GEREIZTE AUGEN
Normalerweise sind Ihre Augen bestens geschützt: Indem Sie ca....
28. Februar 2017

FOTO WIESNER FEIERT 1000 ZUFRIEDENE EBAY-KUNDEN
Sie sind schnäppchenliebender Fan analoger und digitaler Fototechnik,...
27. Februar 2017

https://www.gocoburg.de/linderung-fuer-gereizte-augen/

✓ Stationäre Händler in Günzburg

✓ Gratis Stadt-Lieferung am selben Tag

✓ Gratis Deutschlandweite Lieferung

Was ist



Geschäfte

Dienstleister

Login / Anmelden

Händler, Produkte und Dienstleister in Günzburg durchsuchen

NEU SALE

ESSEN, TRINKEN & GENUSS

HEIM & GARTEN

FASHION & ACCESSOIRES

GESCHENKE & ANLÄSSE

EVENTS

Ihre ganze Stadt im Blick

Einkaufen in Günzburg



14
 30.000+

Manuelas Schatzkäschtle | Rathausgasse 1

Gännen Sie sich das Besondere

Ohne Strategie und echte
Kooperation auf
Augenhöhe geht nichts!

Coburg: Die 4 Säulen der Coburger Digitalisierungsstrategie



Coburg: Die ganzheitliche Digitalisierungsstrategie ist Chefsache!



Lenkungsgruppe:

OB Büro, Online-Managerin, WiFö, CM, Zentrum Coburg, Amt für Stadtentwicklung, SM, Tourismus, HWK, IHK, HBE, Hochschule, Klickfeuer (GOCOBURG), Medien ...

Umsetzungsteam:

Online-Managerin, Citymanager, Klickfeuer (gocoburg), cima-Coach

Integration auf allen Ebenen:

Stadtwerke, Bürgerdialog, ISEK, Kammern, Verbände, ...
→ Contentbündelung, Contentplan und Checkliste

Der richtige
Einstieg vor Ort

Empfehlungen erste Schritte

Wie können Sie starten? Pflichtprogramm!

Unternehmer:

1. Google my business
2. Online-Verzeichnisse prüfen
3. Namen, Bezeichnungen abgleichen
4. SEO (Suchmaschinenoptimierung)

WG / Stadtmarketing / Stadt:

1. Regional sichtbar und spürbar bleiben – Händler, Branchen, Standorte online
2. Nutzung der städtischen Domain
3. Einstellen von Events und Aktionen
4. Suchfunktion nach Branchen / Produkten / Marken



Empfehlungen erste Schritte

Wie können Sie starten? Pflichtprogramm!

Angebote nutzen:

1. Impulsvortrag zur Sensibilisierung und Motivation von Einzelhandel und Kommunalpolitik vor Ort (cima)
2. Basis Seminare EHV, HBE, IHKen
3. Online-Check der Website der Stadt oder des Betriebes (cima)
4. Workshop – Umsetzung vor Ort – Selber machen (cima)
5. Forderung EHV, HBE: Wiedereinführung der vereinfachten gruppenwirtschaftlichen Betriebsberatung durch das WiMi. Nicht nur einzelbetriebliche Förderung.



Schritt 1: Informieren, Sensibilisieren und Qualifizieren

Langfristige Gemeinsame Digitalisierungsstrategie

Phase 1: Informieren, Sensibilisieren, Qualifizieren
durch

- Impulsvorträge
- Workshops / Schulungen
- Objektive Bewertung der Onlinepräsenz der (Innen-)Stadt als Kollektiv, aber auch der einzelnen Händler
- Realistische Selbsteinschätzung mit Hilfe von Checklisten
- Von anderen Lernen (Studien, Modellprojekt, ...)

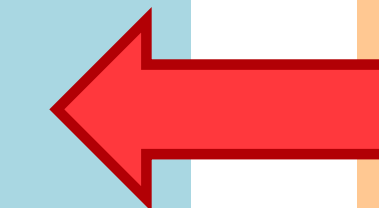
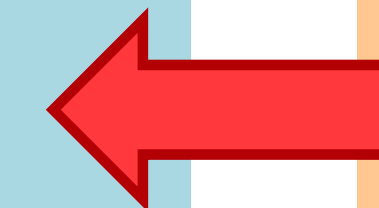
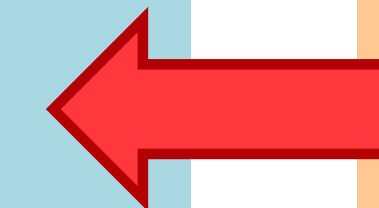
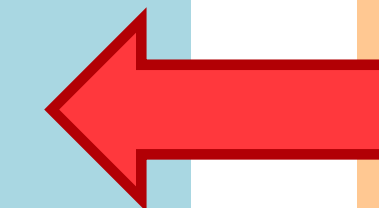
Phase 2: Entwicklung einer eigenen Digitalisierungsstrategie

Gemeinsame Festlegung

- Akteure und Rollen
- Zielgruppen
- Finanzierung
- Technik
- Maßnahmen

„Quick Wins“

- Können parallel zur langfristigen Strategie initiiert werden
- Sind schnell und relativ einfach umzusetzen
- Bringen schnelle und sichtbare Erfolge
- Sorgen für Motivation und positive Stimmung
- Lassen sich gut kommunizieren



Digitalisierungs-Impulsvortrag:

- Vermittlung genereller Einblicke in die aktuellen technischen und gesellschaftlichen Entwicklungen und deren Auswirkungen und/oder
- Vertiefende Beleuchtung verschiedener Teilbereiche der Digitalisierung
- Grundlage erfolgreicher Online-Strategien für
 - Kommunen,
 - Standortgemeinschaften und
 - lokale Einzelhändler

Ihr Nutzen:

- Eine verständliche und umfassende Einführung in die gewünschte Thematik (Jedes Publikum wird entsprechend seines Wissensstands „abgeholt“)
- Eine wirkungsvolle Sensibilisierung vor Ort
- Die Möglichkeit Fragen zu stellen und Antworten zu erhalten



Der richtige Einstieg vor Ort – Umsetzung vor Ort

Umsetzungs-Workshops „Digitalisierung“:

- Umsetzung erfolgreicher Online-Strategien für
 - Kommunen,
 - Standortgemeinschaften und
 - lokale Einzelhändler
- Mögliche Themen:
 - Optimierung der eigenen Online-Präsenz: Google My Business, Verzeichnisse und Portale
 - organische und kommerzielle „Werbung“; Empfehlungen
 - Kommunikation und Kundenbindung – Newsletter; Social Media, ...

Ihr Nutzen:

- Eine verständliche und umfassende fachliche Einführung in die gewünschte Thematik (Jedes Publikum wird entsprechend seines Wissensstands „abgeholt“)
- Die Befähigung der Teilnehmer, die gestellten Aufgaben und aktuellen Anforderungen selbständig bearbeiten zu können (Strategie und erste Schritte)
- Individuelle Unterstützung im Rahmen des Workshops
- Klärung offener Fragen vor Ort



Lokaler Erfolg beginnt im weltweiten Netz

- World Wide Web ist Informationsmedium Nr. 1
- Permanent suchen Konsumenten über PCs, Tablets, Smartphones und smarte Assistenten nach Produkten, Leistungen, Unternehmen vor Ort
- Für online-verwöhnte Kunden sind Unternehmen nur dann von Bedeutung, wenn sie sie im Netz finden.

Unsere Lösung – der Onlinepräsenz-Check

- Analyse der Sichtbarkeit von lokalen Unternehmen und der (Innen-)Stadt im World Wide Web
- Übersichtliche Zusammenfassung der Ergebnisse mit wichtigen Kennzahlen
- Konkrete Empfehlungen zur Verbesserung der Onlinesichtbarkeit und zur Frequenzsteigerung



Für mehr Bekanntheit und höhere Frequenz
onlinepraesenzcheck@cima.de

Der richtige Einstieg vor Ort – objektive Analyse der Sichtbarkeit

Onlinepräsenz-Check

Der kollektive Onlinepräsenz-Check **FÜR DIE (INNEN-)STADT** liefert Antworten auf die Fragen:

- Wie sichtbar sind alle lokalen Unternehmen/Angebote?
- Wer ist online vorbildlich?
- Wer kann womit unterstützt werden?

Ihr Nutzen:

- Online sichtbare Unternehmen repräsentieren die (Innen-)Stadt
- Eine „bunte“ Innenstadt ist attraktiv und sorgt für Anziehungskraft
- Sie erzielen mehr Bekanntheit und Frequenz
- Frequenz sichert den Wohn- und Wirtschaftsstandort



Für mehr Bekanntheit und höhere Frequenz
onlinepraesenzcheck@cima.de

Der richtige Einstieg vor Ort – objektive Analyse der Sichtbarkeit

Onlinepräsenz-Check

Der Onlinepräsenz-Check **FÜR UNTERNEHMEN** liefert Antworten auf die Fragen:

- Wie sichtbar ist das Unternehmen im World Wide Web?
- Was macht es online gut?
- Was kann wie verbessert werden?

Ihr Nutzen

- Technisch einwandfreie Websites werden von Suchmaschinen bevorzugt
- Inhaltlich identische und korrekte Unternehmensinformationen in Onlineverzeichnissen erhöhen die Chance auf erfolgreiche Kontakte
- Eine authentische Social-Media-Kommunikation fördert die Kundengewinnung und -bindung
- Eine starke Social-Media-Community steigert die Reputation, sichert und erhöht den Umsatz



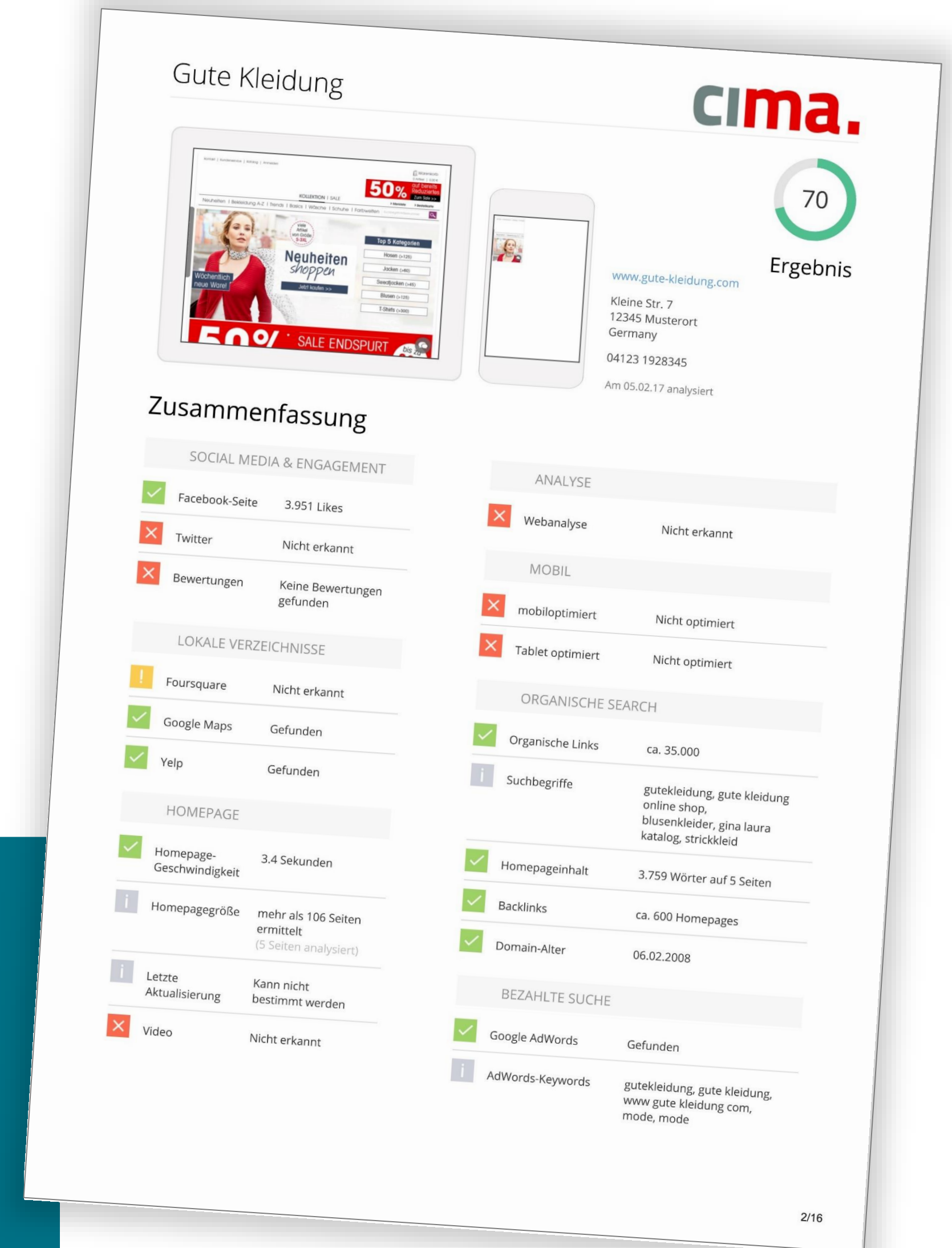
Für mehr Bekanntheit und höhere Frequenz
onlinepraesenzcheck@cima.de

Onlinepräsenz-Check INDIVIDUELL

- Für **Unternehmen** (Einzelhandel, Gastronomie, freie Berufe, Dienstleister, Handwerker etc.)
- Grundlage für die individuelle, bessere Sichtbarkeit im Web
- Onlinepräsenz-Check **INDIVIDUELL** liefert auf über 20 Seiten Antworten auf die Fragen:
- Wie sichtbar ist mein Unternehmen im World Wide Web?
- Was machen wir online gut?
- Was können wir wie verbessern?

Ihr Nutzen

- Höhere Sichtbarkeit in Suchmaschinenergebnissen
- Bessere Chance auf erfolgreiche Kundenkontakte
- Image-/Reputationssicherung- und -gewinn
- Umsatzsicherung und -steigerung



Checklisten für Kommunen, „Team Digitalmanagement/ Kümmerer“ und Gewerbetreibende im Abschlussbericht

Checkliste für Kommunen

- Die Digitalstrategie ist bei uns Chefsache. Unser(e) Bürgermeister(in) ist selbstverständlich im Kernteam „Digitalisierung“ und versäumt keine Sitzung und keinen öffentlichkeitswirksamen Termin.
- Für die Entwicklung/Verfeinerung unserer Digitalstrategie beziehen wir alle wichtigen Akteure ein. Im Kernteam „Digitalisierung“ sind Vertreter aus Handel, Standortgemeinschaft, Gastronomie, Dienstleistung, Tourismus, Verbänden, Kammern, Banken/Sparkassen und der Presse.
- Wir bieten positive Rahmenbedingungen für den Einkauf in unserer Innenstadt oder unser Ortszentrum (Parkmöglichkeiten, Aufenthaltsqualität etc.)
- Wir stellen ausreichend Gelder bereit und finanzieren die Stelle eines Digitalmanagers in um den umfangreichen Aufgaben vor Ort gerecht zu werden.
- Wir haben einen Verfügungsfonds im Rahmen der Städtebauförderung zur Förderung von Investitionen eingeplant, den wir auch für die Digitalisierung nutzen können.
- Wir bieten niedrigschwellige Angebote für Digitalisierungsanfänger mitnehmen, selbst digitalisieren, unterstützen wir auch digitale Neuentwicklungen, die wir auch digitale Neuentwicklungen, die wir auch digitale Neuentwicklungen...
- Für Fortgeschrittene maßgeschneiderte Unterstützung...
- Aktionen der Stadt unterstützen wir...

Checkliste für Gewerbetreibende (Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Gesundheit)

- Ich bilde mich regelmäßig im Bereich „Digitalisierung und Online-Darstellung“ weiter, um mit meinem Unternehmen Vorreiter zu sein / nicht den Anschluss zu verlieren.
- Mein Google My Business-Eintrag ist aktuell und wird regelmäßig von mir aktualisiert.
- Meine Website ist nicht älter als fünf Jahre und wird regelmäßig mit Informationen, Produkten und Fotos sowie anderen News aktualisiert.
- Ich bin auf Facebook und/oder anderen Social-Media-Kanälen wie Instagram aktiv.
- Ich nutze Bilder und Texte von Herstellern, mit denen ich die Nutzungsrechte vorher abgeklärt habe.
- Ich kann digitale Geschichten erzählen und weiß, wie ich die Kunden mit Informationen zum Laden, zu den Produkten und zu meiner Motivation gewinne und binde (Storytelling).
- Ein Warenwirtschaftssystem erleichtert meine analogen und digitalen Verkaufs-Aktivitäten, z.B. bei der Verfügbarkeitskontrolle.
- Andere Unternehmer werden von mir aktiv unterstützt. Ich besuche einen Unternehmerstammtisch zum Erfahrungsaustausch und/oder teile Beiträge meiner Kollegen auf den eigenen Social-Media-Kanälen.
- Ich beteilige mich an der Gemeinschaftswerbung durch einen Werbekostenzuschuss.
- Ich kenne mich im Rahmen meiner Tätigkeit...

Checkliste „Team Digitalmanagement/ Kümmerer“

Wer gehört dazu? Solange die Stelle noch nicht extra und hauptamtlich besetzt wurde, z.B. Vertreter von Stadt- und Citymanagement oder der örtlichen Standortgemeinschaft

- Wir übernehmen eine treibende Rolle im Kernteam „Digitalisierung“ (siehe oben) im Interesse und zur Stärkung unserer Mitglieder.
- Der analoge und digitale Einkauf findet unter einer gemeinsamen Dachmarke bzw. eines gemeinsamen CI/CD statt. Dafür wurden vorhandene Positionierungen genutzt oder neue in Abstimmung mit allen wichtigen lokalen Kräften entwickelt.
- Wir verstehen uns als Qualitätstreiber vor Ort. Dazu zählt das Anstoßen und Ausloben von bedarfsgerechten Initiativen zur Qualifizierung unserer Mitglieder sowie...

... und Koordination von Online-Präsenz-Checks oder Cross-Channel-Checks für die den Erfahrungsaustausch, auch mit Vertretern der Stadt. tellung von Geschäften und Produkten im Netz sicherzustellen, läge über „Fotopakete“ mit einem örtlichen Fotografen aus. immen Jahresredaktionsplanes unterstützen wir die Händler bei „Storytelling“.



Umsetzung erfolgreicher Online-Strategien für

- Kommunen,
- Standortgemeinschaften und
- lokale Einzelhändler

Mögliche Themen

- Eigene Website, Google My Business, Verzeichnisse und Portale
- Suchmaschinen-Marketing
- Online-Kommunikation, Newsletter
- Kundengewinnung- und -bindung
- Social Media (Facebook & Co.)



Ihr Nutzen

- Erwerb von Wissen
- Befähigung zur selbständigen Aufgabenbewältigung (Strategie und erste Schritte)
- Individuelle Unterstützung
- Klärung offener Fragen vor Ort

Zwischenfazit

- **Wer online nicht präsent ist, existiert offline nicht!** - Lokale Online-Sichtbarkeit wird immer wichtiger, weil die Nutzer online Informationen suchen.
- **Einer ist keiner!** - VIELE Möglichkeiten, um online erfolgreich zu sein; die EINE „rettende“ Möglichkeit gibt es nicht!
- **Doppelt gemoppelt hält besser!** - Nutzen Sie etablierte Möglichkeiten, um für Online-Sichtbarkeit zu sorgen! Sie werden - aus unterschiedlichen Gründen - zu wenig genutzt!
- **Gut gedacht. (Schlecht gemacht?)** - Es gibt interessante, vielversprechende Ansätze; echte Erfolgsgeschichten stehen noch aus!
- **Gut? Günstig? Und schnell?** - Lokale Online-Plattformen sind Dauerprojekte. Um mit Online-Projekten dauerhaft erfolgreich zu sein, werden diese drei Punkte zusammen nicht funktionieren.
- **Denken Sie an das große Ganze!** – Aber fangen Sie in kurzen, schnellen Schritten an! Erste Erfolge erhöhen die Akzeptanz!
- **Arbeiten Sie vor Ort zusammen!**

Schritt 2: Eine eigene
Digitalisierungsstrategie
entwickeln

- Die **Plattformtechnik** alleine wird es nicht richten!
- Ohne übergreifenden **Kümmerer** geht es nicht – klar ist aber auch, dass die Händler in ihrem Geschäft Personal und Zeit bereitstellen müssen.
- **Ehrenamt kommt an die Grenzen**
- Zielgruppengerechte Ansprache in der **Aufbauphase** – Service und persönlicher Kontakt; Hilfe zur Selbsthilfe, kein Dauerhändchenhalten
- **Anreize für Händler** schaffen – attraktive Pakete (von Technikbetreuung bis Contentmanagement und Story-Telling)
- **Fortbildungen und Erfa**-Gruppen institutionalisieren
- Flankierende **Offline- und Online-Marketing-Maßnahmen** sind wichtig
- Ausdauer und **permanenter Wille zur Verbesserung** ist nötig
- **Kunden** müssen in den Verbesserungsprozess eingebunden werden

- **Kommunale Digitalstrategie** darf nicht nur Breitbandausbau und ein paar W-LAN-Hotspots meinen
- Kommune muss sich als **Antreiber** verstehen
- Digitale Transformation muss generell **Chefsache** und **Querschnittsaufgabe** werden
- Stadtmarketing/Citymanagement/Wi-Fö oder auch Tourismusmanagement können **verlässliche Anker** sein und Schnittstellen zum Unternehmertum ausbilden – das erfordert verbindliche Organisationsstrukturen
- Gemeinsam kann über **Online-Plattformen ein Impuls** zur Digitalisierung geschaffen werden
- Online-Plattformen integrieren künftig **sämtliche kundenorientierten Services** – müssen aber kein Online-Shopping bieten
- Kommune sollte ihre URL www.musterstadt.de als **Systemträger** anbieten
- **Professionalität** bedeutet hier aber auch Investition (Zeit, Know-How, Kapital)
- Unternehmen müssen auf ihrer Seite die Digitalisierung vorantreiben – die **Kommunen werden auch in Zukunft den Unternehmer nicht ersetzen**

Studie "gemeinsam.online"

Lokales mit Online-Präsenz



The screenshot shows a web browser window with the URL <https://gemeinsam.online>. A red banner at the top of the page contains the text "Bis 05. März 2018 als Plattform-Teilnehmer unseren Online-Fragebogen ausfüllen und wertvolle Preise gewinnen" and a button labeled "Online-Umfrage starten". Below this is the "cima." logo. A navigation menu includes the following items: "Lokale Online-Initiativen", "Plattform-Systeme", "Erfahrungsberichte", "Tipps für die Praxis", "Studie", and "Service". The main content area features a large black and white photograph of a man and a woman looking at a smartphone. Overlaid on the photo is a red box with the text "GEMEINSAM ONLINE" in white, and below it, the subtitle "Untersuchung von Online-Plattformen mit lokalem Fokus".

Studie "gemeinsam.online"

Best-Practices

Erfolgsfaktoren

- Die Anforderungen vor Ort bestimmen das System
- Projektmanager als zentrales Bindeglied
- Kombination von Marketing- und Vertriebskanälen
- Gemeinschaftlicher Einstieg und Inklusion

Stolpersteine

- Allgemeine Skepsis lokaler Akteure neue Medien zu nutzen und Überforderung der Unternehmer
- Herausforderung in der Finanzierung und zeitlicher Aufwand
- Fehlende Warenwirtschaftssysteme
- Ungeklärte Rechtsfragen

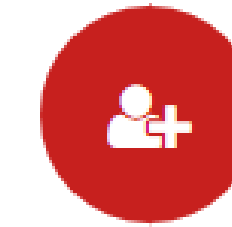
Checklisten



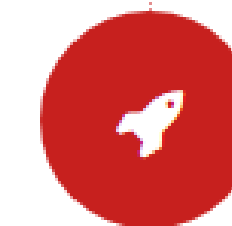
Vorbereitung



Planung



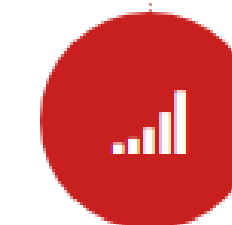
Teilnehmer-Akquise



Plattform-Start



Stabilisierung



Etablierung

Profitieren Sie von den Erfahrungen der lokalen Projektmanager!

In diesem Sinne...

... Digitalisierung auf allen Ebenen nutzen



... und denken Sie an den
„Wow-Effekt“ !

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit !

Der richtige Einstieg vor Ort – Informieren, von anderen Lernen

Know-how Transfer über Fortschrittsberichte und geförderte Untersuchungen



GEMEINSAM ONLINE

Bis 05. März 2018 als Plattform-Teilnehmer unseren Online-Fragebogen ausfüllen und wertvolle Preise gewinnen.

In welcher Phase befindet sich Ihre lokale Online-Plattform?

- Vorbereitung**
Wir stehen noch ganz am Anfang und überlegen gerade, wie wir vor Ort das Thema einer lokalen Online-Plattform in Angriff nehmen können.
- Planung**
Wir haben bereits ein Aktionsbündnis „Lokale Online-Plattform“ gegründet und sind entsprechend vorbereitet. Nun soll es konkreter werden.
- Teilnehmer-Akquise**
Wir haben bereits alles geplant und wollen jetzt Teilnehmer für unsere lokale Online-Plattform gewinnen.
- Plattform-Start**
Wir haben schon ausreichend Teilnehmer akquiriert und stehen vor dem Launch unserer lokale Online-Plattform.
- Stabilisierung**
Unsere lokale Online-Plattform ist kürzlich online gegangen und alles ist noch recht neu für Teilnehmer und Kunden.



Wie Kommunen, Stadtmarketing und City-Management, Wirtschaftsförderungen, Werbegemeinschaften und Unternehmen die Herausforderung „Digitalisierung“ meistern

Das Internet entwickelt sich vermehrt zum Bindeglied zwischen Unternehmen und Kunden. Die Vernetzung vollzieht sich bis in die hinteren Ecken und Winkel von Wohnungen, Unternehmen und dem öffentlichen Raum. Innovative und individuelle Dienstleistungen erreichen die Bürger und Konsumenten vor allem über ihre Smartphones. Den Kommunalverwaltungen und Organisationen vor Ort eröffnen sich dadurch nicht nur zahlreiche Chancen; sie stehen vor großen konzeptionellen und technischen Herausforderungen und das bei limitierten

finanziellen und/oder zeitlichen Ressourcen. Die cima bietet Kommunen, Stadtmarketing- und City-Management-Organisationen, Wirtschaftsförderungen, Werbegemeinschaften und Unternehmen

- objektive Analysen,
- zielgerichtete Strategien,
- lösungsorientierte Konzepte,
- umsetzbare Maßnahmen,

um die digitale Transformation erfolgreich zu meistern.



Der richtige Start - Impuls und Motivation
Jeder Ort und jede Region ist so individuell wie die lokalen Akteure. Was bringt meiner Stadt/meinem Unternehmen die Digitalisierung? Ein Impulsvortrag zeigt aktuelle Situationen, Trends und mögliche Lösungen, um für die Zukunft gerüstet zu sein, macht Mut und gibt Sicherheit. Fragen Sie uns!

GESTALTUNG DES DIGITALEN WANDELS - ABER WIE?

- › **E-COMMERCE-RISIKO-ANALYSE** **Wie stark ist Ihre Stadt bzw. Innenstadt durch reine Internet-Händler gefährdet?**
Der Online-Einkauf bedroht die City: Je mehr Kunden von der Couch aus einkaufen, desto weniger besuchen den stationären Einzelhändler. Wie sich der reine E-Commerce auf die Sortimente der lokalen Händlerschaft auswirkt, legt die E-Commerce-Risiko-Analyse offen.
- › **ONLINE-PRÄSENZ-CHECK** **Wie präsentieren sich lokale Akteure im Internet?**
"Wer im WWW nicht präsent ist, existiert nicht." Selbst wer drin ist, wird noch lange nicht gefunden. Ein umfassender auf die Zielgruppe zugeschnittener, konsistenter und rechtssicherer Auftritt der lokalen Akteure im Internet ist wichtiger denn je. Wir zeigen Ihnen Optimierungs- und Verbesserungsmöglichkeiten.
- › **ONLINE-BEFRAGUNG** **Was erwarten die Bürger vom Online-Angebot der lokalen Akteure?**
Im Internet ist technisch vieles möglich! Bevor Geld und Zeit in technische Lösungen gesteckt werden, muss das Problem erkannt sein – mit Hilfe Ihrer Bürger und Kunden. Bringen Sie Licht ins Dunkel und melden Sie sich bei uns!
- › **STRATEGIE-WERKSTATT „DIGITALE STADT“** **Wie können konkrete Maßnahmen zielführend umgesetzt werden?**
Wer nicht weiß, wohin er will, für den ist jeder Weg der falsche! Die Werkstatt liefert individuelle lokale Ziele und zeigt den Weg dorthin – erstellt von lokalen Akteuren, die hinter der Strategie stehen. Sie möchten eine digitale Strategie für Ihre Kommune? Rufen Sie uns an!
- › **COACHING** **Setzen Sie die digitalen Möglichkeiten zielgerichtet um?**
Analyse? Erledigt! Strategie? Haken dran! Konzept? Steht! Während der Umsetzung ändern sich die Rahmenbedingungen, neue Anforderungen treten auf, einzelne Maßnahmen geraten ins Stocken. Das cima-Coaching gibt Tipps, justiert nach und hält auf Kurs!
- › **PROJEKTMANAGEMENT PROJEKTKOORDINATION** **Kann die cima die Online-Maßnahmen für Sie umsetzen?**
Das beste Konzept nutzt nichts, wenn es an der Umsetzung scheitert. Oft fehlt es an Zeit und Wissen, um digitale Projekte beim externen Dienstleister anzutreiben und zu einem zügigen Abschluss zu bringen. Das cima-Projektmanagement übernimmt diese Aufgaben für Sie und verschafft Ihnen Freiräume!
- › **WEITERBILDUNG „ONLINE-MARKETING“ AUSTAUSCH MIT KOLLEGEN** **Wie können Sie Online-Marketing erfolgreich einsetzen?**
Klappern gehört zum Handwerk! Von lokalen Akteuren wird auch online dieses Klappern erwartet. Weiterbildungen unterstützen Sie dabei im Online-Marketing Fuß zu fassen. Worauf warten Sie?

Weitere Informationen zum Thema:



Bei Interesse an einem Vortrag oder Workshop in Ihrer Kommune sprechen Sie mich gerne an:

blog.cima.de



Ihr Ansprechpartner:

Dipl.-Geogr. Roland Wölfel
T 09191/340892
woelfel@cima.de
www.cima.de

GEMEINSAM ONLINE

Untersuchung von Online-Plattformen mit lokalem Fokus

<https://gemeinsam.online>

Bleiben Sie informiert!

cima.

cima.Newsletter

- Wir freuen uns über Ihr Interesse an unseren Themen.
- Erfahren Sie mehr über die cima – und aus den Bereichen Stadtentwicklung, Handelsforschung und Wirtschaftsförderung.
- ab sofort optisch aufgefrischt und technisch aufgerüstet

Melden Sie sich für unseren monatlichen
E-Mail-Newsletter an.

cima.



cima.Newsletter 2/2018

Unser Frühjahrsputz ist erledigt. Wir freuen uns, den cima.Newsletter ab sofort optisch aufgefrischt und technisch aufgerüstet an Sie versenden zu können. Empfehlen Sie uns weiter!