



Übertragbarkeit

Zielgruppe	
Für wen ist das Projekt zur Nachnutzung interessant?	Für Kommunen (insb. solche, in denen es noch keine gemeinsame Händler*innen-Plattform gibt), aber auch für Händler*innen-/Interessengemeinschaften oder Verbände.
Wer profitiert aus Sicht des Projektbüros am meisten von diesem Projekt? (<i>Bürger:innen, Behörde, Institutionen wie Schulen etc., Wirtschaft, weitere Akteure</i>)	Einzelhandel und Gastronomie (Wirtschaft), Bürger*innen/die breite Öffentlichkeit, Standort/Kommune, Wirtschaft.
Praktische Übertragbarkeit	
Welche Konzepte sind nachnutzbar?	<p>Konkret stehen im Rahmen des Projektes die nachfolgenden Konzepte/Leistungen, die für Kommunen zur Nachnutzung interessant sind:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technische Infrastruktur inkl. der gewonnenen Erfahrungen <p>Im Detail bedeutet dies: Die entwickelte technische Infrastruktur soll problemlos an lokal bestehende Informationsportale angedockt werden können. Auf die gewonnenen Erkenntnisse, z. B. auch mit Blick auf Workshops und Veranstaltungen, können nach Projektende interessierte Kommunen zurückgreifen und eigene Angebote für den lokalen Handel und die Gastronomie schaffen.</p>
Lösungsumfang (<i>Welche frei verfügbaren Lösungen werden im Zuge des Projektes bereitgestellt?</i>)	<p>sh. o.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Technische Infrastruktur inkl. Erfahrungen <p>Die technische Infrastruktur und die gewonnenen Erkenntnisse dienen als frei verfügbare Umsetzungsgrundlagen für interessierte Kommunen. Die eigenen Entwicklungsleistungen und die zu erwarteten Kosten können durch die Nutzung der im Rahmen des Projektes entwickelten digitalen Infrastruktur und ihrer digitalen Werkzeuge minimiert werden. Bisherige Erkenntnisse sind über die Projektwebsite bereits jetzt kostenfrei nachzulesen.</p>



<p>Wann werden welche Elemente zur Verfügung gestellt?</p>	<p>Die Erfahrungen und Fortschritte im Rahmen des Projektes werden bereits fortlaufen kommuniziert. Darüber sind Teilprojektergebnisse schon nachnutzbar. Das Go Live der Plattform erfolgte am 08.11.2022. Darüber hinaus hat zum ersten Mal im Dezember 2020 ein digitaler Einkaufsbummel stattgefunden, der in regelmäßigen Abständen wiederholte/wird. Auch können die Aachener Einzelhändler:innen und die lokale Gastronomie über die Smart Shopping Plattform ihren online Auftritt realisieren. Auch wurden im Rahmen des Projektes Workshops für den Einzelhandel und die lokale Gastronomie durchgeführt, z. B. im Umgang mit Online-Medien und dem Aufbau einer Webpräsenz.</p> <p>Darüber hinaus wird zum Ende der Projektlaufzeit die technische Infrastruktur sowie die weiteren Erkenntnisse für Kommunen NRW-weit zur Verfügung gestellt.</p>
<p>Wie geschieht die Zur-Verfügung-Stellung? (Links z.B. der Stadthomepage, oder weiteren Onlineportalen github)</p>	<p>Die Zurverfügungstellung von Teilprojektergebnisse geschieht bereits jetzt schon fortlaufend. Darüber hinaus steht das Projektteam für Rückfragen interessierter Kommunen bereit.</p> <p>Interessierte können sich schon jetzt über die Projektwebsite informieren: www.smart-shopping-aachen.de . Daneben kann auch die Smart-Shopping Plattform der Stadt Aachen besucht werden: smart Shopping Aachen: Einkaufen Essen Erleben (aachen-shopping.de) .</p> <p>Darüber hinaus wird nach Abschluss des Projektes die Projektdokumentation u. a. über städtische Webseiten und den KDN bereitgestellt. Auch werden die Unterlagen auf der Webseite der Digitalen Modellregion Aachen https://www.aachen.de/de/stadt_buerger/Digitale-Modellregion/Digitale-Modellregion/index.html zur Verfügung gestellt. Daneben werden nach Abschluss des Projektes die Unterlagen bzw. die Projektdokumentation zentralisiert über die Datenbank des KDN abrufbar sein.</p>



Voraussetzungen bei Übertragung – Worauf baut das Projekt auf?

Welche Beteiligungsrechte sind zu bedenken? (z.B. Welche Infrastruktur muss bereits vorhanden sein?)

Die Konzeption ist individuell mit Blick auf die Ziele und Rahmenbedingungen zu entwickeln. Die technische Infrastruktur kann sowohl eigenständig, als auch angedockt an bereits bestehende Informationsportale genutzt werden. In Aachen wird die technische Infrastruktur in Anlehnung an das bereits existierende Informationsportal Einkaufen in Aachen (aachen-shopping.de) entwickelt. Dieses umfasst bereits eine Listung von Einzelhändler*innen in Aachen, die Profilpflege und das Nutzenden Management liegt allerdings direkt bei den Betreibenden von Einkaufen in Aachen.

Die Finanzierung muss zumindest für die Inbetriebnahme und die monatlichen Betriebskosten vorhanden sein. Für die (redaktionelle) Begleitung ist Personal abzustellen.

Organisatorische Voraussetzungen (z.B. Welche Gremien müssen dem Projekt zustimmen?)

Es muss eine Zustimmung der Politik und Stadtverwaltung vorliegen, dass ein solches Konzept gewünscht ist. Dieses wird i.d.R. in einem politischen Ausschuss vorgestellt und in diesem Rahmen über die Umsetzung entschieden. Zudem sollten auch Einzelhandelsverbände, -vereine und Interessengemeinschaften, wie in Aachen der MAC e.V. mit einbezogen und deren Teilnahmebereitschaft vorab abgefragt werden.

Kosten bei Übertragung (ggf. Spannbreite)

Kosten der Einführung

Die Höhe der Kosten richtet sich dann nach den gewünschten Anpassungen und Weiterentwicklungen sowie nach begleitenden Marketingaufwänden, Workshops usw.

Grundsätzlich sollen die gewonnenen Erkenntnisse und Funktionen anderen Kommunen zur freien Verfügung übergeben werden. Entwicklungskosten, wie sie in Aachen angefallen sind, entfallen dadurch.

Da das Geschäftsmodell noch in der Entwicklung ist, können hierzu keine Angaben gemacht werden.



<p>Kosten des Betriebs (<i>Angabe jährlicher Kosten</i>)</p>	<p>Erste Schätzung: ca. 12.000 Euro für die reinen Betriebskosten (Updates, Bugfixes etc.); die Konkretisierung des Aufwands erfolgt in den nächsten Monaten Weitere Kosten sind nach Konzept, Zielsetzung und Umsetzung individuell.</p>
<p>Personalaufwand bei Einführung (<i>Personentage und Zeitraum</i>)</p>	<p>Während der Entwicklungszeit 1,5 Stellen bei der Stadt Aachen und 2 Stellen beim IMA der RWTH Aachen über die Projektlaufzeit (s.o.) Aktuell sind noch keine Angaben möglich wie hoch der Personalaufwand bei der Übertragung des Projektes ist. Es wird aber mindestens eine Ansprechperson für die Geschäfte und Gastrobetriebe sowie für organisatorische und redaktionelle Aufgaben rund um den Plattformbetrieb benötigt werden. Ebenfalls ist die Begleitung durch einen technischen Dienstleister notwendig.</p>
<p>Personalaufwand bei Betrieb (<i>Angabe jährlicher Kosten</i>)</p>	<p>Aktuell sind noch keine Angaben möglich wie hoch der Personalaufwand bei der Übertragung des Projektes ist. Es wird aber mindestens eine Ansprechperson benötigt werden (siehe „Personalaufwand bei Einführung“). Ebenfalls ist die Begleitung durch einen technischen Dienstleister notwendig, der den Betrieb der technischen Infrastruktur, den Support sowie etwaige Anpassungen sicherstellen kann.</p>
<p>Welche spezifischen Kenntnisse sind hierzu erforderlich?</p>	<p>Kenntnisse im strategischen Marketing und Kommunikation, Umsetzungskompetenz für die IT-Infrastruktur, lokale Kenntnisse der Stakeholder-Strukturen, relevante Netzwerke</p>
<p>Mögliche Finanzierungsquellen</p>	<p>Städtische Partner*innen, Bundes-/Landesförderung, Sponsoren (Banken oder lokale Unternehmen)</p>



Nutzen bei Übertragung

<p>Direkter Nutzen / Einsparungen</p>	<p>Durch die „Smart-Shopping Plattform“ der Stadt Aachen werden der lokale Einzelhandel und die Gastronomie bei dem Aufbau eines digitalen Auftritts unterstützt. Dadurch werden die Angebote digital und stationär erlebbar gemacht. Dies vereinfacht den direkten Einstieg in hybride Shopping-Möglichkeiten für die Bürger:innen und Unternehmen und ein kanalübergreifendes Einkaufserlebnis geschaffen. Die Unternehmen erhalten durch das Projekt die Möglichkeit – angepasst an ihr Digitallevel, neue Services auszuprobieren und deren Wirksamkeit zu testen. Durch die Entwicklungen wird ein individuelles Einkaufserlebnis mithilfe eines smarten Einkaufsbegleiters und -vorbereiters geschaffen. Förderung der Digitalisierungskompetenzen der Geschäfte; es sind keine eigenen Entwicklungsleistung durch Händler:innen / Gastronom:innen notwendig.</p>
<p>Indirekte Einsparungen</p>	<p>Stadtbevölkerung und Einzelhandel werden durch die technische Infrastruktur an „neue Digitalisierungsthemen“ herangeführt, wodurch Anbieter:innen und Bürger:innen aus der Kommune vernetzt werden. Auch wird durch das Projekt ein außergewöhnliches Einkaufserlebnis geschaffen, durch die Verschmelzung digitaler und stationärer Angebote. Darüber hinaus wird über die Plattform ein gemeinsamer Auftritt des lokalen Handels der Stadt Aachen geschaffen (Mehrwert: Bürger:innen und Betriebe). Schaffung einer hybriden Wettbewerbsstrategie, durch die Nutzung eines digitalen Werkzeugkastens (Unternehmen).</p> <p>Durch die virtuelle Erweiterung des stationären Handels und der lokalen Gastronomie, werden die Geschäftsmodelle dieser verbessert und eine bessere stationäre- und online Präsenz realisiert.</p>



<p>Langfristiger Nutzen (z.B. Welche Folgeprojekte werden ermöglicht?)</p>	<p>Netzwerk- und Branchenentwicklung (Vernetzung), Standortentwicklung / -marketing, Verbesserung des Standortimages</p> <p>Durch eine „Smart-Shopping“ Plattform werden Innenstädte nachhaltig gestärkt, durch den Einsatz digitaler Medien und Technologie bzw. durch den Einsatz alternativer Betriebsformen.</p> <p>Weiterentwicklung des Konzeptes von einem Cross-Channel Ansatz zu einem Omni-Channel Ansatz, durch die Vernetzung aller Verkaufskanäle untereinander und mit dem Kunden. Die Integration aller physischen und digitalen Kanäle führt zu einem nahtlosen Kundenerlebnis.</p>
<p>Nutzen für Stakeholder (z.B. Nutzen, der nur für Bürger:innen / Unternehmen / ... anfällt)</p>	<ul style="list-style-type: none">- Stadt Aachen: Attraktivierung der Stadt als Ganzes, Präsentation von Zukunftsthemen, nachhaltiger und zukunftsfähiger Wandel des Einzelhandels und der Gastronomie- Unternehmen: Qualifizierung durch Zugang zu Digitalisierung, Netzwerkmöglichkeit, Weiterentwicklung von Technologien verstehen und für sich nutzen- Bürger:innen: neue Shoppingmöglichkeiten, besserer Überblick über lokale Angebote, Kennenlernen neuer Unternehmen, verbessertes lokales Einkaufserlebnis



Hinweise

Rechtliche Rahmenbedingungen	
Welche rechtlichen Rahmenbedingungen wurden analysiert (z.B. hinsichtlich Lizenzierungsüberlegungen, Genehmigungsverfahren, etc.)	Nutzungsbedingungen, die für eine Stadt als Betreiberin einer solchen technischen Infrastruktur notwendig sind (z. B. Urheberrecht, Haftung, elektronische Kommunikation). Siehe dazu auch: https://smart.aachen-shopping.de/pdf/Nutzungsbedingungen.pdf
Welche rechtlichen Hürden sind aufgetreten? Wie konnten diese gelöst werden?	Dauerhafte Anpassungen der Nutzungsbedingungen aufgrund neuer Werkzeuge und damit neuer Anforderungen (z. B. wurden mit Ausrollen der Funktion „Click & Collect“ die Bedingungen u.a. um Widerruf und Rückgabefinfos ergänzt). Dies wurde gelöst durch einen kontinuierlichen Austausch mit dem Rechtsamt der Stadt Aachen.
Sonstige Erfahrungswerte	
Best Practices (<i>Was kann anderen Anwendern empfohlen werden?</i>)	Frühzeitig in den Dialog mit der lokalen Wirtschaft gehen und die Bedarfe abfragen; Digitalisierungswissen vermitteln, um die Basis für ein solches Projekt zu schaffen (durch zahlreiche Workshops wurden in unserem Fall Themen wie Social Media, Warenwirtschaft, Onlinebezahlung usw. besprochen und immer wieder der Bezug zu unserem Projekt hergestellt, sodass alle auf dem gleichen Stand waren), hierbei haben wir positive Erfahrungen damit gemacht die Unternehmen selbst von ihren Erfahrungen und Ansätzen berichten zu lassen (stärkt den Zusammenhalt und die Vernetzung unter den Geschäften); neue Formate ausprobieren; Spielraum für Mitbestimmung lassen
Lessons Learned (<i>Was kann nicht empfohlen werden? Was sollte vermieden werden?</i>)	Ziele und Meilensteine klar kommunizieren, Projektbeteiligte auf dem Weg mitnehmen (Informationsfluss sicherstellen) Wonder.me wurde für drei Veranstaltungen im Rahmen des Projektes eingesetzt, dann aber in ein Instagram-Live-Event umgewandelt, da hier die Zielgruppe (Endkund:innen) besser erreicht werden kann.



Umsetzung

Projektbestandteile

Welche Teilprojekte gibt es und hat sich diese Einteilung bewährt?

Arbeitspakete:

- Projektleitung und -Koordination, Anforderungserhebung
- Händlerbetreuung & Schaffung gemeinsamer Basis
- Technische Infrastruktur
- Öffentlichkeitsarbeit & Abstimmung mit Marketing-Aktivitäten
- Visualisierung Nutzungsdaten
- Geschäftsmodellentwicklung

Einteilung hat sich bewährt, da alle für das Projekt relevanten Bausteine mit festgelegten Zuständigkeiten bespielt werden können.

Zeitschiene

Gesamtzeitübersicht des Projektes (ggf. *Zeitplan im Anhang*)

Zeitplan siehe Anhang (A1)

Projektphasen und Meilensteine

Meilensteine:

M1: Durchführung von ca. 20 Workshops für Einzelhändler*innen und Gastronom*innen – November 2020 bis voraussichtlich Februar 2022

M2: Durchführung verschiedener Anforderungserhebungen – Juli 2020 bis August 2022

M3: Entwicklung der technischen Infrastruktur – Januar 2021 bis August 2022

M4: Durchführung des Events «Digitaler Einkaufsbummel» - Dezember 2020 bis voraussichtlich August 2022

M5: Entwicklung eines nachhaltigen Geschäftsmodells – Juni 2021 bis August 2022

Dauer von erster Überlegung zu Beschluss über Projektbeginn bis hin zu Projektabschluss / Betriebsaufnahme

Dauer für Einreichung eines Förderprojektes bis zur Bewilligung: ca. 1 Jahr; Projektlaufzeit: ca. 2 Jahre; anschließend: dauerhafte Inbetriebnahme angestrebt



Stakeholder (ggf. Stakeholderübersicht im Anhang)

<p>Wie ist das Projektteam aufgebaut? (ggf. Projektorganigramm im Anhang)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Projektleitung bei der Stadt Aachen (Wirtschaftsförderung) • Geförderter Partner für wissenschaftliche Begleitforschung: IMA der RWTH Aachen • Assoziierte Partner: Einkaufen in Aachen, Märkte und Aktionkreis City e.V. • Beauftragte Dienstleister für die technische Infrastruktur (graphodata GmbH) • ÖA und Marketing (acclivis und Büro G29 Koch + Louis GbR) • Workshopmoderation (anders.beraten GmbH)
<p>Welche Rollen gibt es im Projekt?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtprojektleitung der Stadt Aachen <ul style="list-style-type: none"> o Projektleitung und -Koordination o Händlerbetreuung & Schaffung gemeinsamer Basis (zusammen mit beauftragtem Dienstleister) o Technische Infrastruktur (zusammen mit beauftragtem Dienstleister) o Öffentlichkeitsarbeit & Abstimmung mit Marketing-Aktivitäten (zusammen mit beauftragtem Dienstleister) • wissenschaftliche Begleitforschung beim IMA <ul style="list-style-type: none"> o Anforderungserhebung o Visualisierung Nutzungsdaten o Geschäftsmodellentwicklung
<p>Welche spezifischen Kenntnisse sind erforderlich?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Projekt- und Eventmanagement • Branchenkontakte/Netzwerke • Marketing und Öffentlichkeitsarbeit • Digitalisierungswissen (IT-Projekte) • Stakeholdermanagement



<p>Wie hoch ist der Personalaufwand? (VZÄ für wie viele Monate aufgeschlüsselt nach Akteuren)</p>	<p>Bei der Stadt Aachen wird die Projektleitung /-steuerung geleistet. Der Stellenumfang lag über die gesamte Projektlaufzeit bei einer Stelle für die Projektleitung (1 VZÄ) sowie bei einer halben Stelle für das Projektmanagement (0,5 VZÄ).</p> <p>Hinzu kommen zwei Stellen (2 VZÄ) auf Seiten des IMA (wissenschaftliche*r Mitarbeiter*in und studentische Hilfskraft).</p> <p>Die Arbeitsintensität war je nach Projektphase sehr unterschiedlich. Die Durchführung der Arbeitspakete Technische Infrastruktur, Händlerbetreuung & Schaffung gemeinsamer Basis und Öffentlichkeitsarbeit & Abstimmung mit Marketingaktivitäten wurde jeweils – zumindest in großen Teilen – an externe Dienstleister übergeben.</p>
<p>Wie verändern sich die Personalanforderungen beim Übergang von Projekt zu Regelbetrieb?</p>	<p>Die Personalkosten im Regelbetrieb sind bisher nicht vollumfänglich einschätzbar, da das Geschäftsmodell noch in der Entwicklung ist. Somit können keine konkreten Aufwände benannt werden.</p> <p>Die Personalaufwände werden sich im Regelbetrieb dahingehend verringern, dass bspw. kaum noch Abstimmungen mit dem technischen Dienstleister für den Aufbau und die Konzeption der Funktionen erforderlich sind sowie keine Workshops mehr für die teilnehmenden Unternehmen angeboten werden müssen.</p> <p>Wahrgenommen werden müssen im Regelbetrieb weiterhin Aufgaben, die sich auf die Akquise, Marketingmaßnahmen, den Betrieb sowie die Weiterentwicklung der technischen Infrastruktur und ggf. auf Veranstaltungen beziehen.</p>
<p>Welche Verwaltungsebenen/Stellen müssen einbezogen werden?</p>	<p>Politischer Beschluss im Fachausschuss</p>
<p>Wie sieht das Modell zur Beauftragung bzw. zur Zusammenarbeit zwischen privatwirtschaftlichen Akteuren und Mandanten (z.B. Kommune aus)</p>	<p>Konventionelle Beschaffung</p>



Im Falle von konventioneller Beschaffung	Verhandlungsverfahren
Herausforderungen bei der Umsetzung	
Ex Ante (Welche Hürden müssen vor Projektbeginn überwunden werden? Welche Lösungsansätze wurden gewählt?)	Die Finanzierung eines solchen Projektes muss sichergestellt sein. Dabei kann eine Bundes- oder Landesförderung, wie in unserem Falle, helfen. Die Projektgruppe muss zusammengestellt sowie interessierte Einzelhandelsbetriebe identifiziert werden (Letter of Interest/Intent).
Laufend (Welche Herausforderungen gab es während des Projektverlaufs? Welche Lösungsansätze wurden gewählt?)	Heterogene Anforderungen der Zielgruppe (z. B. unterschiedliche Digitalisierungslevel), die wir gebündelt und auf den größtmöglichen gemeinsamen Nenner für die Umsetzung gebracht haben; Teilnahmebereitschaft erlangen und beibehalten durch kostenlose Angebote (Workshops, die Grundlagenwissen vermittelt, die Plattform erklärt und Raum für Ideen und Diskussion gegeben haben), gemeinsame Veranstaltungen („Digitale Einkaufsbummel“) und Marketingaktionen zum Projekt und den Teilnehmenden (z. B. Zeitungsanzeigen, Radiospots, Social-Media-Werbung, Flyer)
Ex Post (Welche Herausforderungen mit Hinblick auf den Betrieb sind aufgetreten, z.B. Akzeptanz der Lösung, Betriebsverantwortlichkeit, Finanzierung des Betriebs? Welche Lösungsansätze wurden gewählt?)	Die Finanzierung des Projektes nach Auslaufen der Fördergelder wird noch diskutiert. Neben der Einbeziehung der teilnehmenden Unternehmen werden voraussichtlich auch andere Finanzierungsquellen (z. B. politische Unterstützung) in Betracht gezogen. Befragungen zu verschiedenen Modellen werden mitten in der Projektlaufzeit stattfinden. Daher kann eine Einschätzung aus Sicht „nach Projektende“ (Ex Post) nur eingeschränkt erfolgen.
Alternativen	
Gab es zu den gewählten Lösungswegen betrachtete Alternativen?	Ja, eine App. Für das Projekt haben wir allerdings den Ansatz verfolgt zunächst eine gut funktionierende und mobiloptimierte Plattform aufzubauen, die sowohl auf größeren als auch auf kleineren Endgeräten gut abrufbar ist.
Welche Alternativen sind für Mandanten (z.B. Kommunen) empfehlenswert?	Da keine App entwickelt wurde, können hierzu auch keine Aussagen getroffen werden. Für andere Kommunen wäre es auch denkbar die Plattform alleine, also ohne Anbindung an ein bereits bestehendes Stadtportal, einzusetzen (Marketingaufwand vermutlich höher).

Sonstiges



Anmerkungen

Haben Sie weitere Kommentare
oder Anregungen?

Keine Kommentare oder Anregungen.