

Pressemitteilung

Nr.: 2019/199

Weißenburg i. Bay., den 12.09.2019

Auskunft erteilt: Lena Kagerer
Telefon: 09141 902-390
Telefax: 09141 902-7390
E-Mail: lena.kagerer@landkreis-wug.de
Presseverteiler: Presseverteiler regional

Infoveranstaltung zum regionalen Online-Marktplatz

Das von der Zukunftsinitiative altmühlfranken und einer Reihe von engagierten regionalen Händlern vorangetriebene Online-Portal in-altmuehlfranken.de geht mit großen Schritten in die Umsetzung.

Zum öffentlichen Informationsabend am Donnerstag, den 10. Oktober 2019, zu dem um 19 Uhr alle am Projekt Interessierten an den **kunststoffcampus bayern** eingeladen sind, wird bereits der technisch-konzeptionelle Partner des regionalen Online-Marktplatzes feststehen. Zwischenzeitlich fanden Bürgerbefragungen und ein sogenannter „Online-Präsenz-Check“ durch die CIMA Beratung + Management GmbH statt. Die Ergebnisse zeigen, es wird Zeit für lokale Gewerbetreibende, online mehr Gesicht zu zeigen. Mit dem Projekt sollen die Online-Kompetenzen von Geschäften und Betrieben in der Region nachhaltig gestärkt und digitaler Leerstand vermieden werden.

Immer mehr Menschen suchen lokal relevante Informationen im Netz. Ob am PC, Tablet oder Smartphone – regionale Produkte, Leistungen oder Unternehmen sollten auf dem Radar der Internetnutzer erscheinen. 960 Unternehmen aus Altmühlfranken wurden im Rahmen des Projektes hinsichtlich ihrer Online-Sichtbarkeit und Internet-Kommunikation untersucht. Die Mehrheit davon sind inhabergeführte Betriebe und Geschäfte.

Abgefragt wurde nicht nur, ob eine eigene Homepage vorliegt, sondern auch, mit welcher Daten- und Bildqualität das betreffende Unternehmen in Google Maps gefunden wird. Darüber hinaus wurden die Aktivitäten der Gewerbetreibenden in sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram und Co. unter die Lupe genommen. Auch Punkte wie das Vorhandensein eines mobil-optimierten Internetauftritts, der Betrieb eines eigenen Online-Shops oder die Möglichkeit für Kunden, über WhatsApp mit einem Betreiber Kontakt aufzunehmen, wurden abgefragt.



„Nun haben wir ein gutes Bild von der ‚digitalen Aufenthaltsqualität‘ im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen“, erläutert der Projektverantwortliche Andreas Haderlein. Gemeinsam mit dem Kommunalberatungsunternehmen CIMA ist er für die Umsetzung des Online-Portals und die Prozessmoderation samt Ist-Analyse, Qualifizierung und Evaluation verantwortlich. „Mit den eruierten Zahlen können wir nicht nur die Funktionstiefe des geplanten Online-Marktplatzes besser bestimmen“, so der Experte für Digitalisierung von Gewerbestandorten, „sondern wir können Ende 2021 auch bewerten, ob unsere nächstjährigen Schulungen, Coaching-Angebote und Veranstaltungen gefruchtet haben.“ Denn letztlich sind die einzelbetrieblichen Digitalmaßnahmen sowie der Erwerb und die Steigerung von Online-Kompetenzen elementar für die Zukunftssicherung von Betrieben und damit auch für den Erhalt von Nahversorgung und Innenstadtattraktivität.

Gelbe Seiten 2.0: Präsenz in Suchmaschinen und digitalen Karten unerlässlich

Dem Online-Präsenz-Check zufolge ist insbesondere die Nutzung von „Google My Business“ ausbaufähig. Der Dienst des Suchmaschinenbetreibers ermöglicht eine kostenfreie Verwaltung des unternehmenseigenen Google-Maps-Eintrags. Zwar werden 78 Prozent der untersuchten Betriebe in Altmühlfranken über den digitalen Kartendienst, einer der meist genutzten Apps überhaupt, gefunden, aber nur etwas mehr als 60 Prozent nutzen die suchmaschinenrelevanten Informationsbausteine des Eintrags im gebotenen Maße. Nicht selten fehlen Telefonnummern oder die Angabe von Öffnungszeiten. Kaum genutzt werden Funktionen wie die Antwortmöglichkeit des Inhabers auf Anfragen oder Bewertungen. Unerlässlich für die Verwaltung dieser Einträge ist der Besitz der Inhaberschaft bei Google My Business.

Auch Direktvermarkter aus der Region, wie Hofläden, Imker oder Fischzüchter wurden untersucht. Sie machen rund zehn Prozent der untersuchten Betriebe aus und hinken mit nur 25 Prozent an Google-Maps-Einträgen dem Gastgewerbe (83 Prozent), Einzelhandel (87 Prozent) oder Handwerk (89 Prozent) hinterher.

Von den untersuchten Handwerksbetrieben allerdings haben nur rund 55 Prozent eine eigene Website. Und auch die Gastronomen, Hotels und Gasthäuser, liegen mit 62 Prozent „Homepage-Anteil“ unter dem Schnitt. Acht Prozent der Einzelhändler inklusive der Handwerksbetriebe betreiben einen eigenen Online-Shop.

Betrachtet man die drei großen Städte des Landkreises, so sind in Weißenburg 29 Prozent, in Gunzenhausen 31 Prozent und in Treuchtlingen gar 35 Prozent der Unternehmen ohne eigene Webpräsenz unterwegs. CIMA-Geschäftsführer Roland Wölfel fand dafür in einer der Sitzungen der regelmäßig tagenden Lenkungsgruppe der Digital-Initiative klare Worte: „Keine Stadt würde über 10 Prozent Leerstand in den Geschäftsstraßen tatenlos zusehen, im Netz aber sind drei von zehn Unternehmen nicht mit einer eigenen Website präsent, 20 Prozent weisen noch nicht einmal einen Google-Maps-Eintrag auf – das ist ‚digitaler Leerstand‘, der mit adäquaten Mitteln bekämpft werden muss.“

Großer Informationsabend am kunststoffcampus bayern

Welche Mittel das im Rahmen von „in-altmuehlfranken.de“ sein können und welche Kosten auf teilnehmende Unternehmen, insbesondere auf Einzelhändler, zukommen werden, erfahren die Besucherinnen und Besucher des ersten öffentlichen Informationsabends. Dieser ist am Donnerstag, den 10. Oktober 2019, um 19 Uhr am **kunststoffcampus bayern** in Weißenburg, Richard-Stücklen-Straße 3. Die Anmeldung ist unter www.altmuehlfranken.de/anmeldung erforderlich.

Neben weiteren Statistiken zum Online-Präsenz-Check wird das Team der Umsetzungsbegleitung auch die Ergebnisse einer Bürgerbefragung präsentieren, die on- und offline im Sommer durchgeführt wurde.

Als Gastredner konnten die Veranstalter zudem Markus Kuhnke vom Wuppertaler „Naschkatzenparadies“ gewinnen. Der Süßwaren- und Delikatessladenbesitzer aus der Schwebebahnstadt gilt hierzulande als Paradebeispiel für eine gelungene digitale Transformation des inhabergeführten Handels. Auf einem lokalen Online-Marktplatz listet er über 1.300 Produkte, die er mittlerweile auch deutschlandweit vertreibt. Seine im Rahmen der „Online City Wuppertal“ gesteigerte Sichtbarkeit im Internet hat ihm in den letzten Jahren aber vor allem eines gebracht: mehr Kunden im Laden.

Über das Projekt

Das Online-Portal „in-altmuehlfranken.de“ wird bis 2021 über Regionalmanagement-Fördermittel des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie gefördert. Es soll vor allem schlüssige Antworten auf den Wandel im Konsum- und Informationsverhalten von Bürgern, Kunden und Touristen geben und helfen, lokale Kaufkraft online zu binden. Kernziel des regionalen Online-Marktplatzes ist es, die Online-Sichtbarkeit von Gewerbetreibenden in der Region zu erhöhen, insbesondere auch über die Abbildung der stationären Warenverfügbarkeit im Handel.

Ein landkreisweites Gutscheinsystem steht ebenso auf der Agenda wie ein Qualifizierungs- und Veränderungsmanagement-Programm. Um das Projekt auch nachhaltig über den Förderzeitraum hinaus zu etablieren, werden verschiedene Möglichkeiten einer Betreibergesellschaft in Betracht gezogen.

Projektträger ist der Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen mit der Zukunftsinitiative **altmuehlfranken**. Für die Umsetzungsbegleitung konnte das Kommunalberatungsunternehmen CIMA Beratung + Management GmbH sowie der Fachbuchautor und Innovationsberater Andreas Haderlein (LOCAL COMMERCE ALLIANCE) gewonnen werden.

Alle Informationen zum Projekt, wie z.B. Ansprechpartner, Ziele, Projekttagbuch und Termine sind unter www.in-altmuehlfranken.de zu finden.



Bildunterschrift: Mit dem Online-Portal in-altmuehlfranken.de soll die lokale Kaufkraft im Landkreis Weißenburg-Gunzenhausen gestärkt werden.

Bildnachweis: Felix Oeder/Landratsamt Weißenburg-Gunzenhausen