

Beratungsfolge Vorlage ist für alle hier angegebenen Sitzungen bestimmt	Sitzungstermin
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Liegenschaften, Stadtmarketing und Tourismus	17.03.2016

**Antrag der SPD vom 9.2.2016 -  
Digitalisierung im Einzelhandel**

**Beschlussvorschlag:**

Der Bericht der Verwaltung wird zur Kenntnis genommen.

**Sachverhalt:**

**1.**

Die Wirtschaftsförderung hat mit Vorlage 23/022/2015 bereits im WLSTA am 5.3.2015 über den Online-Handel in Haan berichtet und beispielhaft Unternehmen aufgelistet, die entweder ausschließlich online handeln oder mit einem Online-Shop einen zweiten Vertriebskanal erschlossen haben.

Die IHK hat im letzten Jahr eine Untersuchung zum Online-Handel im Kreis Mettmann initiiert und bestehende Online-Shops befragt. Die Wirtschaftsförderung hat die IHK dabei unterstützt.

Die Ergebnisse der Umfrage für den Kreis Mettmann liegen nun vor und können unter [www.haan.de/Wirtschaft/Wirtschaftsinformationen](http://www.haan.de/Wirtschaft/Wirtschaftsinformationen) abgerufen werden.

Nach Angaben der IHK stiegen die Umsätze im Onlinehandel in den vergangenen Jahren kontinuierlich an. 2015 wird der Gesamtumsatz rund 43 Milliarden € betragen. Damit hat der Onlinehandel im Jahr 2015 mit etwa neun Prozent zwar nur einen geringen Anteil des gesamten Einzelhandelsumsatzes in Höhe von etwa 460 Milliarden Euro erwirtschaftet. Die Dynamik hingegen ist, wenngleich sie sich zuletzt abgeschwächt hat, beachtlich. Experten rechnen auch zukünftig mit einem zweistelligen prozentualen Wachstum. Eine konservative Prognose rechnet bis 2020 mit einem Anteil von etwa zehn Prozent, progressive Szenarien erwarten einen Onlineanteil von bis zu 20 Prozent am Gesamtumsatz im Einzelhandel. Zum

Vergleich: Die Wachstumsraten im Einzelhandel insgesamt liegen seit 2010 zwischen 2,5 und 1,2 Prozent.

Im Kreis Mettmann wurden 203 online-Shops identifiziert und befragt. Wesentliche Ergebnisse sind:

- Die Kosten für die Erstellung eines Shops lagen durchschnittlich bei 5.400 Euro. Für dessen Betrieb und Pflege fallen im Schnitt monatlich 750 Euro an. Die Unternehmer gaben an, im Durchschnitt einen Mitarbeiter für den Online-Shop abzustellen.
- Dass sich der Aufwand lohnt, zeigt sich bei den Unternehmern, die ihre Produkte sowohl stationär als auch online vertreiben. Bei ihnen hat der Onlineshop im Durchschnitt einen Anteil von 28 Prozent am Gesamtumsatz. Das heißt:  
Über einen Onlineshop können sowohl der Umsatz insgesamt gesteigert als auch potenzielle Umsatzrückgänge im stationären Geschäft abgemildert werden.
- Durch einen guten Onlineauftritt lässt sich der Bekanntheitsgrad des Unternehmens über die eigene Region hinaus steigern. 86 % der befragten Unternehmen beliefern Kunden in ganz Deutschland, weitere 11 % beliefern in NRW und nur 3 % der Lieferungen entfallen auf Kunden in der eigenen Stadt.

Gerade für stationäre Händler, die online gehen möchten, bietet sich hier eine große Chance, neue Kundenkreise jenseits der eigenen Stadtgrenzen zu erschließen.

Diese Ergebnisse werden von der IHK auf der Dialogveranstaltung mit dem Haaner Einzelhandel am 11.3.2016 vorgestellt. Dabei wird auch die Meinung des Handels zu bestehenden lokalen Online-Marktplätzen abgefragt.

Die Wirtschaftsförderung wird auch weiterhin bei der Betreuung des Einzelhandels auf die Chancen und Potenziale des Online-Handels als zusätzlichen Vertriebskanal hinweisen. Weitere Händler haben im Gespräch mit der Wirtschaftsförderung bestätigt, einen Online-Shop zu implementieren.

## 2.

Derzeit erleben lokale Plattformen einen gewissen Boom, z.B. Online City Wuppertal, [www.hierbeidir.com](http://www.hierbeidir.com), [www.loka-vendo.de](http://www.loka-vendo.de).

Die Erfolgchancen solcher lokalen Online-Marktplätze sind umstritten. Prof. Dr. Gerrit Heinemann von der Hochschule Niederrhein führte in einem Pressebericht aus:

*"Der Versuch, durch lokale Online-Marktplätze die Innenstädte zu beleben, wird nicht funktionieren. Stadtväter, die das glauben, haben eine rosarote Brille auf und ignorieren die Realität." "Es wird eine Handvoll Idealisten geben, die lokal im Internet nach Angeboten suchen, um die Händler in der eigenen Stadt zu unterstützen, aber für die überwiegende Mehrheit ist das kein Thema."*

[[www.heise.de/newsticker/meldung/Innenstadt-gegen-Internet-Was-tun-gegen-Amazon-Co-3103677.html](http://www.heise.de/newsticker/meldung/Innenstadt-gegen-Internet-Was-tun-gegen-Amazon-Co-3103677.html)]

Die Wirtschaftsförderung wird dennoch mit bestehenden Portalen in Austausch treten, um die Realisierungs- und Erfolgchancen für Haan auszuloten. Auch soll

Kontakt mit der Hochschule Niederrhein sowie dem Institut für Handelsforschung in Köln aufgenommen werden.

Mit der Wirtschaftsförderung des Kreises Mettmann sowie den kreisangehörigen Städten soll der Impuls eines erfolgreichen Haaner Unternehmers, den in Haan einen Online-Shop betreibt, diskutiert werden, eine Online-Handelsplattform für den Kreis Mettmann zu implementieren.

### **3.**

Dem Antrag der SPD (Anlage) kann sich die Verwaltung anschließen und hat daher den parallel gestellten Antrag zum Haushalt 2016 befürwortet. Der HFA hat am 1.3.2016 eine entsprechende Empfehlung abgegeben.

In einem lokalen Portal vergleichbar [www.einkaufen-in-hilden.de](http://www.einkaufen-in-hilden.de) sieht die Verwaltung folgende Vorteile.

- Der Eintrag kann von den Einzelhandelsunternehmen selber vorgenommen werden und ist für die Unternehmen kostenlos.
- Unternehmen ohne eigenen Internetauftritt sind dennoch im Internet sichtbar.
- Kunden können anhand der verfügbaren Suchfunktion nach Marken und Produkten/Sortimenten suchen, die in Haan angeboten werden.
- Unternehmen werden auf einer Karte übersichtlich dargestellt und können weitere Informationen wie Öffnungszeiten, Kontaktdaten etc. hinterlegen.

Ein erstes Gespräch mit dem Dienstleister, der die Hildener Seite gestaltet hat, hat bereits stattgefunden.

Die Wirtschaftsförderung möchte sich daher weiter mit externen Dienstleistern hinsichtlich Kosten und Umsetzungskonzept austauschen und das Projekt - ggf. gemeinsam mit der neu eingerichteten Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit - nach Einholung konkreter Angebote und unter Einbeziehung des Handels und dessen konzeptioneller Vorstellung umsetzen.

### **Finanz. Auswirkung:**

Ggf. Kosten für die Beauftragung eines externen Dienstleisters von 5000 € -10000 €

### **Anlagen:**

HH 2016 Online-Handel

WLSTA 17-03-16 Digitalisierung EH