



Beschlussvorlage

Amt: Stadtbetriebe Hennef (AöR)

TOP: _____

Vorl.Nr.: V/2021/3124

Anlage Nr.: _____

Datum: 18.10.2021

Gremium	Sitzung am	Öffentlich / nicht öffentlich
Ausschuss für Digitalisierung, Wirtschaft und Tourismus	02.11.2021	öffentlich

Tagesordnung

Unterstützung des Einzelhandels; Antrag der CDU-Fraktion, der FDP-Fraktion sowie der Fraktion „die Unabhängigen“, vom 11.05.2021

Beschlussvorschlag

Der Ausschuss für Digitalisierung, Wirtschaft und Tourismus nimmt die Darstellungen der Abteilung Wirtschaftsförderung und Tourismus (Fachbereich III.2.2) zur Kenntnis und spricht sich für das Vorgehen der Verwaltung aus.

Begründung

Der stationäre Einzelhandel in Hennef ist wie in den übrigen deutschen Städten und Kommunen unter Druck. Die fortschreitende Verlagerung des Kaufgeschehens ins Internet führt schon seit Jahren zu größer werdenden Problemen in den Innenstädten. Die Corona-Krise hat diese Entwicklung weiter verstärkt. Es ist daher auch in Hennef wichtiger denn je sich mit der Entwicklung der Innenstadt zu beschäftigen um ihre Attraktivität zu bewahren und weiter auszubauen.

In den Kommunen Deutschlands werden hierzu verschiedene Methoden und Instrumente eingesetzt und ausprobiert. Sie reichen von einer detaillierten Ansiedlungspolitik über Events bis zu lokalen Online-Marktplätzen, die die lokale Kaufkraft an das Angebot lokaler Händler binden sollen.

Bereits seit Beginn der Pandemie findet ein monatlicher Austausch der Wirtschaftsförderungen des Rhein-Sieg-Kreises und der Stadt Bonn gemeinsam mit der IHK statt. Hier werden

Unterstützungen des Einzelhandels ebenso besprochen wie zum Beispiel der Umgang mit den Wirtschaftshilfen und Flächenanfragen. Die Stadt Hennef nimmt an diesem Austausch regelmäßig teil. Auch der Umgang mit digitalen lokalen Marktplätzen wurde in dieser Runde bereits mehrfach thematisiert.

Einer der wenigen erfolgreichen, digitalen und lokalen Marktplätze in Deutschland ist sogar in räumlicher Nähe zu Hennef mit den Monheimer Lokalhelden zu finden. Dieser Online-Marktplatz in Monheim am Rhein bündelt circa 300 Händler*innen. Kunden können über diese Plattform vielfältige Services in Anspruch nehmen, rund um die Uhr einkaufen und Waren abholen oder liefern lassen.

Die Stadt Monheim trägt die Kosten für die Einzelhändler*innen annähernd vollständig, solange die Unternehmen weniger als 3000 Euro Umsatz pro Monat auf dem digitalen Marktplatz machen. Dies erleichtert den Einstieg und die fortwährende Nutzung für das einzelne Unternehmen stark. So trägt Monheim sowohl die Grundgebühr der Plattform als auch die Kosten für die Zahlungsdienstleister in Höhe von 8%. Der Einsatz von professionellen Foto-Shootings und Textern stellt eine einheitliche Qualität der Präsentation der Geschäfte sicher. Die Stadt Monheim bezahlt außerdem externe IT-Dienstleister um die lokalen Händler mit ihren Warenwirtschaftssystemen an die Bestellprozesse anzudocken. Ergänzend zu den Anschaffungskosten rechnet die Stadt Monheim insgesamt mit jährlichen Betriebskosten in Höhe von circa 250.000 Euro.¹

Von der WIRSIND Rhein-Sieg UG wurde zu Beginn der Coronakrise ein Gutscheinsystem bereitgestellt und seitens der Wirtschaftsförderung aktiv über die Plattform <https://www.wirsindrheinsieg.de> unterstützt und beworben. Nach aktuellem Stand wurden über diese Plattform bislang Gutscheine im Wert von 68.505,00 € erworben. Die Nutzung des Portals ist für Einzelhändler*innen und Kund*innen kostenlos. Es werden lediglich die Gebühren der Zahlungsdienstleister (z.B. PayPal) berechnet. Bis zum 31.03.2021 wurde die Aktion zusätzlich von der Rhenag mit 10 % gefördert. Derzeit können Gutscheine von 23 Hennefer Unternehmen auf der Plattform erworben werden.²

In Lohmar wurde zum Vergleich Ende 2020 der „Gute-Tat-Gutschein“ durch ein großes Engagement des dortigen Stadtmarketing eingeführt. Diese geschäftsspezifischen Gutscheine werden großzügig mit 25 % rabattiert. Dabei übernimmt jedes Unternehmen selbst 10 % des Rabattes, 10 % trägt der Verein Stadtmarketing Lohmar e.V. und 5 % des Nachlasses übernimmt die Stadtverwaltung Lohmar.

Auf der Website www.lohmarkt.com bieten derzeit lediglich ein Gastronomiebetrieb, zwei Einzelhändler und neun Dienstleister „Gute-Tat-Gutschein“ im Wert von 50 EUR bis 200 EUR an. In der Zeit von Dezember 2020 bis zum 08.10.2021 wurden, trotz der deutlichen Ersparnis für den Endkunden, lediglich Gute-Tat-Gutscheine im Wert von 9.375,00 € gekauft.³

Darüber hinaus haben die Wirtschaftsförderung und der CDO der Stadt Hennef im Zusammenhang mit dem Lohmarkt Gespräche mit dem Initiator dieser Plattform geführt um die Anschaffung und Einführung einer solchen Plattform auch für Hennef zu überdenken. Neben inhaltlichen Bedenken führte auch die Rückmeldung der Werbegemeinschaft und Gespräche mit einzelnen Händler*innen dazu, dass von dieser Idee Abstand genommen wurde. Die rechtlichen Verpflichtungen im Rahmen des Fernabsatzes für die stationären Einzelhändler*innen, ein hoher Aufwand sowie eine geringe Frequenz auf vergleichbaren Plattformen (z.B. des Kiezkaufhauses in Bad Honnef) waren hierbei die hauptausschlaggebenden Punkte.

¹ vgl. Website Monheimer Lokalhelden: <https://atalanda.com/monheim-am-rhein> und Online-artikel der c't abgerufen unter <https://www.heise.de/select/ct/2021/7/2103612515555954066> zugegriffen am 15.10.2021

² vgl. Website [wirsindrheinsieg.de](https://www.wirsindrheinsieg.de): <https://www.wirsindrheinsieg.de/> zugegriffen am 15.10.2021

³ vgl. Website Lohmarkt: <https://www.lohmarkt.com/> zugegriffen am 15.10.2021

Anfang Mai 2021 ging in Troisdorf der Stadtgutschein „Gutschein +plus“ an den Start. Die Stadt Troisdorf beteiligt sich durch den Beschluss des Stadtrates mit 500.000 Euro an dem Gutschein indem sie pro Gutschein 20 Prozent des Gutschein-Wertes beisteuert. Die Einlösestelle (Restaurant, Geschäft, Dienstleister) beteiligt sich mit 5 Prozent. So kann in der Summe im Idealfall 2,5 Millionen Euro Umsatz generiert und lokal gebunden werden. Laut Website der Stadt Troisdorf wird der Gutschein gut angenommen. Bereits im ersten Verkaufsmonat wurden im Gesamtwert von rund 490.000 Euro verkauft. Die Aktion endet am 31. Dezember 2021.⁴

Auch die Stadt Bergisch Gladbach subventionierte das dortige lokale Gutscheinsystem „Schenk Lokal“ mit einem Anteil von 10%. Im Herbst 2020 stellte der Rat der Stadt Bergisch Gladbach 200.000,00 Euro für das Projekt „Schenk Lokal“ zur Verfügung. Knapp 60 Einzelhändler und Gastronomen haben sich der Aktion angeschlossen und gemeinsam mit der städtischen Wirtschaftsförderung und dem Handelsverband NRW/Rheinland den digitalen Geschenkgutschein an den Start gebracht. Die Subventionierung durch die Stadt Bergisch Gladbach lief im September 2021 aus.⁵

Die Beispiele zeigen, dass geschäftsübergreifende, lokale Geschenkgutscheine besser angenommen werden als geschäftsspezifische. Dennoch erscheint auch hier eine starke finanzielle Anreizschaffung im Sinne einer Subvention zum Erwerb dieser Gutscheine notwendig für den erfolgreichen Vertrieb.

Ein weiterer Ansatzpunkt zur Stärkung der Händlerschaft könnte in der Etablierung eines administrierten Händlerverzeichnisses gesehen werden.

Administrierte Händlerverzeichnisse bedeuten für die Händler*innen meist nur einen geringen Aufwand. In Hennef findet sich beispielsweise bereits ein Gastronomieführer auf der Website des Stadtmarketing e.V.

Diese Art der Verzeichnisse bietet jedoch oft nur eine schlechte Sichtbarkeit bei einer eher geringen lokalen Reichweite. Lokale Aktivitäten wie administrierte Händler- oder Sortimentsverzeichnisse sowie die lokalen und regionalen Marktplätze haben prinzipiell die grundlegende Schwierigkeit, dass einem relativ hohen Aufwand für Implementierung sowie Pflege und Betrieb nur ein geringer Nutzen für Händler*innen und Kund*innen gegenübersteht. So schlagen die Initiativen aufgrund mangelnder Kundenbindung und in der Folge durch mangelnde Attraktivität für teilnehmende Händler*innen fehl. Kund*innen nutzen eher vermehrt digitale Anwendungen wie beispielsweise Google My Business, da sie keine Kenntnis der Existenz kleiner, lokaler Händlerverzeichnisse haben. Um diese lokalen Verzeichnisse mehr in das Bewusstsein der Kund*innen zu rücken, müssten diese mit einem sehr großen Aufwand beworben werden und mit einem hohen Aufwand aktuell gehalten werden.

Chancen können hier vielmehr in einer guten Verknüpfung zwischen lokalem Engagement und bestehenden Plattformen gesehen werden. Durch die Nutzung von Plattformen mit einer großen Reichweite können auch lokale Händler*innen im Internet eine Sichtbarkeit erlangen, und somit über das stationäre Einzelhandelsgeschäft hinaus Umsätze erzielen sowie Kunden binden. Etablierte Plattformen ermöglichen gerade kleineren Händlern den Zugang zu einer größeren Reichweite. Als bestehende Plattformen kommen auch soziale Netzwerke in Frage. Für die Nutzung von z.B. Facebook als Medium um mit den eigenen Kund*innen in Kontakt zu treten gibt es auch für Hennef bereits einige gute Beispiele von Einzelhändler*innen.

Weitere Digitalisierungshilfen sowie neue Impulse werden zukünftig, unter anderem auch

⁴ vgl. Website Stadt Troisdorf:

https://www.troisdorf.de/MediaLibrary/Content/web/de/freizeit_kultur/gutschein-plus/Flyer_Gutschein_plus_Teilnehmer.pdf und

https://troisdorf.de/web/de/stadt_rathaus/Aktuelles/presse/pressemitteilungen.htm?selection=187&jahr=2021 zugegriffen am 15.10.2021

⁵ vgl. Website Stadt Bergisch Gladbach: <https://www.bergischgladbach.de/news/32061/digitaler-gutschein-schenk-lokal--erfolgsmodell-fuer-die-staerkung-von-einzelhandel-und-gastronomie-vor-ort-wird-verlaengert> zugegriffen am 15.10.2021

speziell für den Einzelhandel, auch durch die vernetzte Zusammenarbeit der Wirtschaftsförderung mit dem Innovationszentrum Hennef und der Denkschmiede Hennef möglich sein. Hier soll auch ein Fokus auf der entsprechenden Fördermittelberatung liegen.

Darüber hinaus gilt es zukünftig ein verstärktes Augenmerk auf die Steigerung der Aufenthaltsqualität der Hennefer Innenstadt zu legen. Die Entwicklung der Außengastronomie auf dem Marktplatz ist hierfür bereits ein guter Beginn und bestärkt die Wirtschaftsförderung mit dem Beginn eines gezielten Ansiedlungsmanagements für leerstehenden Einzelhandelslokale zukünftige Entwicklungen frühzeitig mitzugestalten.

Weitere, auch bauliche, Maßnahmen müssen nachfolgend dazu beitragen die Aufenthaltsqualität in der Hennefer Innenstadt zu verbessern. Hierbei kann beispielsweise eine attraktive Neugestaltung des Wochenmarktes gut beitragen.

Weiterhin wird ein großes Augenmerk auf die gleichbleibend hohe Attraktivität der Hennefer Großveranstaltungen ebenso wie auf die Weiterentwicklung neuer, auch kleinerer, Veranstaltungsformate um gezieltere Akzente zur Unterstützung der Händlerschaft gesetzt.

Hennef (Sieg), den 18.10.2021

Klaus Barth
Vorstand