



Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und Stadtmarketing am 09.12.2021		öffentlich		
		Vorlagen-Nr.: Stb./145/2021		
Nr. 2 der TO				
Dez. I	Stabsstelle	Datum: 22.11.2021		
FBL / stellv. FBL	FB Finanzen	Dezernat I / II	Der Bürgermeister	
Beratungsfolge:				
Gremium:	Datum:	TOP	Zuständigkeit	Bemerkungen:
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und Stadtmarketing	09.12.2021		Entscheidung	

Beratungsgegenstand:

Digitalcoaching-Angebot für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleister

I. Beschlussvorschlag:

Der Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und Stadtmarketing beschließt die Teilnahme Lüdinghausens an der pilothaften Umsetzung des Vorhabens „Digitalcoaching-Angebot für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleister“.

II. Rechtsgrundlage:

§ 41 GO NRW, Zuständigkeitsordnung der Ausschüsse des Rates der Stadt Lüdinghausen

III. Sachverhalt:

Verschiedene wirtschaftsfördernde Institutionen halten ein umfangreiches Beratungs- und Förderangebot vor, um Unternehmen bei der digitalen Transformation ihrer Geschäftsprozesse und Geschäftsmodelle zu unterstützen. Diese Angebote setzen allerdings in der Regel voraus, dass der erste Schritt durch das jeweilige Unternehmen erfolgt. Dies kann die Teilnahme an einer Impulsveranstaltung oder auch die Anfrage einer konkreten Beratungsleistung sein. Entsprechend erreichen wirtschaftsfördernde Angebot in der Regel nur einen Teil der Unternehmer, was grundsätzlich ordnungspolitisch auch in Ordnung und marktwirtschaftlich gewünscht ist.

In innerstädtischen Lagen kann dies aber zu besonderen Nachteilen führen. Dort sind die Digitalisierung und vor allem die digitale Sichtbarkeit nicht nur ein Thema für das einzelne Unternehmen aus Handel, Gastronomie und Dienstleistung, sondern zugleich auch des gesamten Standorts. Die wahrgenommene Qualität einer Innenstadt steht und fällt mit der wahrgenommenen Qualität der innerstädtischen Wirtschaftsakteure bzw. eines Großteils dieser Wirtschaftsakteure. Ist die Gruppe der digital nicht sichtbaren Akteure zu groß, leidet der gesamte Standort.

Die Erfahrung zeigt, dass mit den Standardangeboten zwar viele, aber nicht eine ausreichende Zahl an innerstädtischen Unternehmen erreicht werden, um eine gute digitale Präsenz des Gesamtstandorts zu gewährleisten. Die Gründe dafür sind vielfältig. Als Hauptgründe sind (generationsbedingtes) mangelndes Interesse, aber auch Scheu zu identifizieren, sich vermeintlich unwissend an externe Dritte zu wenden.

Um dem entgegenzuwirken, ist ein ganz niedrigschwelliges Beratungsangebot für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleister für die Zentren von Lüdinghausen und Seppenrade geplant. Ein*e qualifizierte*r Experte*in analysiert nach öffentlicher Ankündigung des Vorhabens proaktiv die digitale Präsenz der Unternehmen mit Fokus auf Internetseite (inhaltliche und grafische Darstellung, Sicherheit, Datenschutz- Responsive Design etc.), verwendete Tools (Online-Shop, Click & Collect-Angebots etc.), Google Eintrag, Google Maps-Eintrag, Findbarkeit in Suchmaschinen, verwendete Tools (Online-Shop, Click & Collect-Angebots etc.), Social Media Accounts u.a.m. Mit diesen Analyseergebnissen erfolgt dann eine direkte Ansprache der Unternehmen. Sie werden auf die identifizierten Schwachstellen und auf Möglichkeiten hingewiesen, diese zu beheben. Das Aufzeigen der Möglichkeiten wird dabei technische, inhaltliche und finanzielle Ansätze (Förderung) umfassen. An diesen Punkt endet die niedrigschwellige Aufschlussberatung und es liegt in der ausschließlichen Verantwortung des einzelnen Unternehmens, die weiteren Schritte zu gehen.

Für Lüdinghausen ist diese proaktive Aufschlussberatung ein neues Angebot. Der Handelsverband bietet zwar in einem landesgeförderten Projekt Beratungskompetenzen für die Digitalisierung im Einzelhandel vor, diese setzen aber auch wieder zu einem späteren Zeitpunkt nach der Erstinitiative durch das Handelsunternehmen an und stehen zudem nur exklusiv für den Handel zur Verfügung. Von daher begrüßen sowohl der Handelsverband Westfalen-Münsterland (Michael Radau) als auch die IHK Nord Westfalen (Dr. Fritz Jaeckel) ausdrücklich diesen neu geplanten Ansatz.

In einem einjährigen Pilotprojekt soll die bestehende Lücke eines ganz niedrigschwelligen Beratungsangebots für die Digitalisierung von Unternehmen in Innenstadtlagen geschlossen und pilothaft erprobt werden, ob mit diesem proaktiven Ansatz mehr Unternehmen für den digitalen Wandel erreicht werden können.

Geplant ist die Umsetzung in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung Kreis Coesfeld GmbH (wfc), der Wirtschaftsförderung Münster GmbH (WFM) und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft für den Kreis Borken mbH (WFG). Die Anstellung einer qualifizierten Person für die Übernahme der Aufgabe ist bei der WFM vorgesehen; ein entsprechender Kontakt besteht bereits. Die Beratungskapazitäten für den einjährigen Pilotzeitraum sollen zu 60 % auf den Standort Münster und zu jeweils 20 % auf die Kreise Borken und Coesfeld entfallen. Im Kreis Coesfeld ist ein Start in den fünf Städten und Gemeinden im südlichen Kreis – Lüdinghausen, Ascheberg, Nordkirchen, Olfen, Senden – angedacht.

Derzeit wird mit Gesamtkosten für den einjährigen Pilotzeitraum von rund 100.000 € kalkuliert. Bei einer Übernahme ausschließlich aus den drei teilnehmenden Regionen ist für den Kreis Coesfeld von Kosten in Höhe von rd. 20.000 € auszugehen. 50 % der auf den Kreis Coesfeld entfallenden Kosten würden durch die wfc getragen. Die anderen 50 % würden durch die fünf unmittelbar beteiligten Südkreiskommunen übernommen werden; die exakte Kostenaufteilung befindet sich derzeit noch in der Abstimmung. Es laufen zudem noch Gespräche, um weitere mitfinanzierende Partner zu gewinnen.

IV. Finanzielle Auswirkungen:

Der Eigenanteil der Stadt Lüdinghausen bei Teilnahme an dem Projekt wird voraussichtlich 2.000 € bis 3.000 € betragen. Die Kosten wurden bei der Budgetplanung für das Jahr 2022 bereits berücksichtigt.