

## Digitalisierung & Nahversorgung

Zusammenfassung des 3. Workshops der Reihe „**Perspektiven für den ländlichen Raum**“ im Rahmen der Dialogplattform Einzelhandel am 09. März 2017 im Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, Berlin

## **INHALT**

<b>1. Einleitung</b> .....	<b>2</b>
<b>2. Impulse</b> .....	<b>3</b>
<b>3. Handlungsempfehlungen</b> .....	<b>7</b>
<b>4. Ausblick</b> .....	<b>10</b>

## 1. Einleitung

Demografischer Wandel, geändertes Konsumentenverhalten, technologische Neuerungen und Digitalisierung – der Einzelhandel unterliegt strukturellen Änderungen. In ländlichen Räumen führen Bevölkerungsrückgänge und veränderte Ansprüche der Verbraucher zu veränderten Versorgungsstrukturen. Fragen zur Sicherstellung der Nahversorgung in ländlichen Räumen und die Implikationen der Digitalisierung rücken verstärkt in den Fokus.

Im Rahmen der Dialogplattform Einzelhandel des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi), mit deren Durchführung das IFH Köln beauftragt ist, wurde im dritten Workshop der Reihe „Perspektiven für den ländlichen Raum“ das Thema „Digitalisierung und Nahversorgung“ diskutiert. Im Dialog standen die betroffenen Stakeholder, d. h. Unternehmen und Verbände, Kammern, Wissenschaft, Gewerkschaft, Bund und Länder und Kommunen.

Im Detail wurde erarbeitet, ob und in welcher Form die Digitalisierung zur Verbesserung der Nahversorgung in ländlichen Räumen beitragen kann. Es wurde erörtert, in welchen Feldern für die Zukunft Diskussions-, Aufklärungs- und Handlungsbedarf gesehen wird. Darüber hinaus wurden Handlungsempfehlungen entwickelt, welche Rahmenbedingungen bzw. Standards gegeben sein müssen, um die Nahversorgung in ländlichen Räumen unter digitalen Gesichtspunkten zu sichern. Ebenso wurde analysiert, welche Hürden bzw. Barrieren, die das Implementieren von Digitalisierungsprozessen in ländlichen Räumen erschweren, abgebaut werden müssen.

Im Vorfeld des Workshops nahmen die Teilnehmer im Zuge einer Online-Statement-Abfrage zu den Kernfragen Stellung. Die Ergebnisse werden im Rahmen der vorliegenden Zusammenfassung mit aufgegriffen. Sofern nicht anders gekennzeichnet, stammen die wörtlichen Zitate in der Ergebniszusammenfassung aus der Befragung oder aus dem Workshop selbst. Die Beiträge der Workshop-Teilnehmer stellen grundsätzlich persönliche Meinungsäußerungen dar und sind nicht als Verlautbarungen der Organisationen zu verstehen, denen die Workshop-Teilnehmer angehören.

Nachfolgend werden zunächst die zentralen Aussagen der im Rahmen des Workshops gehaltenen Impulsvorträge wiedergegeben, die als Hintergrundinformationen und Anregungen für die anschließenden Gruppenarbeiten der Teilnehmer lieferten. Die in den Gruppen erarbeiteten Handlungsempfehlungen werden im letzten Abschnitt vorgestellt.

## **2. Impulse**

Digitale Nahversorgungskonzepte werden als Chance für ländliche Räume gesehen, sind aber mit hohem Entwicklungsaufwand verbunden. Um möglichst vielfältige Einblicke zu geben, wurden vier verschiedene Konzepte im Rahmen von Impulsreferaten vorgestellt.

### **(1) Claus Weigel – Logistische Prozesse und Digitalisierung – Postfilialen als Frequenzverstärker**

Der Leiter des Strategischen Partnermanagements der Deutschen Post DHL Group, Claus Weigel, erläuterte, wie durch flächendeckende Versorgungsstrukturen stationärer Einzelhandel gestärkt werden kann.

Im Zuge der Digitalisierung des Handels und der erhöhten Onlineaffinität von Konsumenten steigen nicht nur die Onlineanteile im Einzelhandel, sondern auch die Anzahl der Paketsendungen. Die Vernetzung von Poststellen durch ein engmaschiges Versender- und Abholsystem erlaubt innerhalb Deutschlands eine landesweite Postabfertigung binnen ein bis maximal zwei Tagen. Dabei beliefert die DHL jeden deutschen Haushalt, auch in ländlichen Räumen. Diese hohe versandlogistische Leistungsfähigkeit ist eine Grundvoraussetzung dafür, dass der Onlinehandel sich auch künftig dynamisch entwickeln kann.

Aus Sicht der DHL endet der Versorgungsauftrag nicht mit der Auslieferung von Sendungen, sondern mit der Abwicklung der Retouren, die sich im zweistelligen Prozentbereich bewegen. Da sich der Großteil der Online-Besteller eine Auswahl verschiedener Empfangs- und Retourenoptionen wünschen, rücken neben der Haustürbelieferung Optionen wie Packstationen oder Lieferung an Filialen/Paketshops und für Retourenabwicklungen erreichbare Handelsstandorte stärker in den Fokus. Vor allem in der Retourenabwicklung liegen Chancen für stationäre Formate, in ländlichen Räumen Frequenzverlusten entgegenzuwirken.

Auf diese Weise erlaubt die infrastrukturelle Ausrichtung der Deutschen Post DHL Group eine werktägliche bundesweite Versorgung in allen Landesteilen und bindet durch die zahlreichen Verkaufsstellen und Versandoptionen Frequenzen beim traditionellen stationären Einzelhandel.

### **(2) Gerald Swarat – Erfahrungsbericht Digitale Dörfer**

Einen weiteren Impuls setzte Herr Gerald Swarat mit einem Erfahrungsbericht über das Projekt „Digitale Dörfer“ des Fraunhofer IESE. Die „Digitalen Dörfer“ sind ein Leuchtturmprojekt einer weiter gefassten Forschungsinitiative mit dem Namen „Smart Rural Areas“ (Intelligenter ländlicher Raum). Drei Testphasen sollten den Nachweis erbringen, dass die intelligente Vernetzung aller zur Verfügung stehenden Digitalmodule ein funktionierendes Liefersystem auch auf dem Land möglich macht - wenn die entsprechenden Kommunikationssysteme und Mobilfunknetze zur Verfügung stehen.

Die Attraktivität in ländlichen Räumen wird durch das jeweilige Angebot geprägt. Um das Angebot flächendeckend sichtbar zu machen und zu verbessern, verknüpft das Fraunhofer Institut aus Kaiserslautern mittels Softwarelösungen, Mobilitäts- und Logistiksysteme sowie Dienste aus unterschiedlichen Bereichen miteinander, um die größeren Distanzen in ländlichen Räumen überbrücken zu können. Auf der geschaffenen Plattform vernetzen sich Unternehmen und Bevölkerung einer Region zu einer eigenen Community. Das Prinzip basiert auf einer sogenannten „Mitmach-Logistik“ und „Nachbarschaftshilfe“, die aus einer Gemeinschaft heraus durch digitale Hilfsmittel Mehrwerte generiert. Beispielbare Ebenen sind Mobilität (Mitfahrgelegenheiten, Carsharing, Rufbusse), medizinische, pharmazeutische und pflegerische Versorgung, Tauschbörsen (Gerätschaften, Dienste, Gesuche), Verwaltungsleistungen und Handel (Marktplatz, Dorfladen). Bei Letzteren können beispielsweise Produkte lokal teilnehmender Unternehmen abgerufen und nachgefragt werden. Die Lieferlogistik übernimmt die Community. Belohnungssysteme incentivieren das Modell. Jeder Teilnehmer der Community leistet auf diese Weise individuelle Beiträge zur Funktionalität.

Die zwei Jahre andauernde Pilotphase in zwei Modellregionen hat gezeigt, dass eine erfolgreiche Projektumsetzung die Partizipation und den Dialog der relevanten Akteure voraussetzt. Wichtig ist zudem die Befähigung, ein solches Konzept auf lokale und regionale Gegebenheiten anzupassen und zu betreiben. Von zentraler Bedeutung erscheint Swarat ein digitaler Kümmerer zu sein. Ohne einen solchen Ansprechpartner und „Projekttreiber“ sind Konzepte solcher Komplexität nicht durchführbar.

Hürden sind bei der Implementierung (große Individualität der geforderten Lösungen) und den damit einhergehenden Kosten zu sehen. Die Finanzlage deutscher Kommunen lässt die Entwicklung, den kontinuierlichen Betrieb und die Weiterentwicklung solcher Systeme kaum zu. Die durch Förderer finanzierte Modellentwicklung, Testphase und stetige Weiterentwicklung durch Fraunhofer IESE macht es möglich, eine solche funktionierende Plattform auch über die Modellregionen hinaus wirtschaftlich tragbar umsetzen zu können und eine hohe User-Experience zu garantieren, was ein integraler Bestandteil einer erfolgreichen Lösung ist. Die Herausforderung liegt darin, solche Projekte über den Förderzeitraum hinaus in Eigenverantwortung langfristig wirtschaftlich tragbar zu gestalten.

### **(3) Dr. Nikolaus Lindner – Die Digitalisierung der Fläche – Marktplätze als Chance**

Dr. Nikolaus Lindner referierte in seinem Impuls über die Vorteile von Online-Marktplätzen, insbesondere für kleine Händler und schilderte dabei die Erfahrungen von lokalem Handel aus Sicht von eBay. Grundsätzlich bietet sich für stationäre Händler durch Online-Marktplätze ein zusätzlicher, parallel zum Ladenlokal betriebener Verkaufskanal. Auf diese Weise können vor dem Hintergrund von Frequenzverlusten in ländlichen Räumen Verkaufsflächen und Präsenzen durch online getätigte Zusatzeinnahmen getragen und aufrechterhalten werden. Plattformen, wie eBay, bieten eine bereits vorhandene, vollständig ins World Wide Web integrierte, technische Lösung, die dem Handel neben einer großen Reichweite Zugang zum globalen Markt und damit potenziellen Kunden verschafft. Die Einstiegshürden sind gering.

Die notwendigen technischen Voraussetzungen und schnelllebigen Entwicklungen machen es für viele Händler nur mit hohem zeitlichem, personellem und infolgedessen auch monetärem Aufwand möglich am

Onlinehandel teilzunehmen. Erfolgreicher Online-Handel setzt Sichtbarkeit im Netz voraus, um eine ausreichende Frequenz online erzeugen zu können. Genau an dieser Stelle ist es aus Sicht von Dr. Lindner für Händler einfacher, auf vorhandene Strukturen und Bekanntheit von Onlinemarktplätzen zurückzugreifen. Plattformlösungen wie eBay werden stetig an technische Entwicklungen angepasst, beispielsweise was die Konnektivität für mobile Endgeräte angeht, die im Einkaufsanteil mittlerweile über dem von Desktopgeräten liegen. Der Aufwand, alle zukünftigen Entwicklungen, die von Händlern aufgegriffen werden müssen, um im Sichtfeld des Konsumenten zu bleiben, ist von kleinen Händlern im Alleingang kaum zu aufzubringen.

Vor diesem Hintergrund zeigt Lindner anhand der Beispiele „Mönchengladbach bei eBay“ und „Diepholz bei eBay“ Mehrwerte für Händler. Insbesondere Diepholz, als niedersächsisches Mittelzentrum mit ca. 16.500 Einwohnern, zeigt die mögliche Übertragbarkeit in ländliche Räume. Wichtigste Erfolgsfaktoren sind die enge Kooperation zwischen Händlern, Stadt und Online-Marktplatz und ein „digitaler Kümmerer“, der das Projekt begleitet.

#### **(4) Heinz Frey – Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken – Pilotprojekt ONLEIN versorgt**

Heinz Frey (DORV UG) stellt in seinem Impulsreferat das Konzept „DORV-Zentren“ sowie das daran angeknüpfte Projekt „ONLEIN versorgt – one stop ein shop“ als ein Lösungsmodell für ländliche Räume vor.

DORV steht für „Dienstleistung und Ortsnahe Rundum Versorgung“. Dahinter verbirgt sich das Konzept der multifunktionalen Nahversorgung an Standorten in ländlichen Räumen mit dem Ziel, eine lebenslange, selbstbestimmte Versorgung der Konsumenten in gewohnter Umgebung aufrechtzuerhalten. Lebensmittel, Dienstleistungen, soziale wie medizinische Versorgung, Kulturangebote und Kommunikation sind als fünf tragende Säulen in einem Dorfladen vereint. Getragen werden DORV-Läden durch Kooperationen von privaten Wirtschaftsakteuren, der öffentlichen Hand sowie der Bürgerschaft.

Im Rahmen der digitalen Weiterentwicklung dieses Konzeptes („ONLEIN versorgt“) organisieren DORV-Läden Bestell-, Liefer-, und Abholvorgänge und erweitern damit ihr Sortiment. Konsumenten können über eine an den DORV-Laden angeschlossene Online-Plattform Lebensmittel und andere Produkte des täglichen Bedarfs bestellen. Diese werden von angeschlossenen regionalen Vollsortimentern bereitgestellt. Die Auslieferung an den DORV-Laden wird von Presse-Grossisten, die diesen ohnehin täglich beliefern, übernommen.

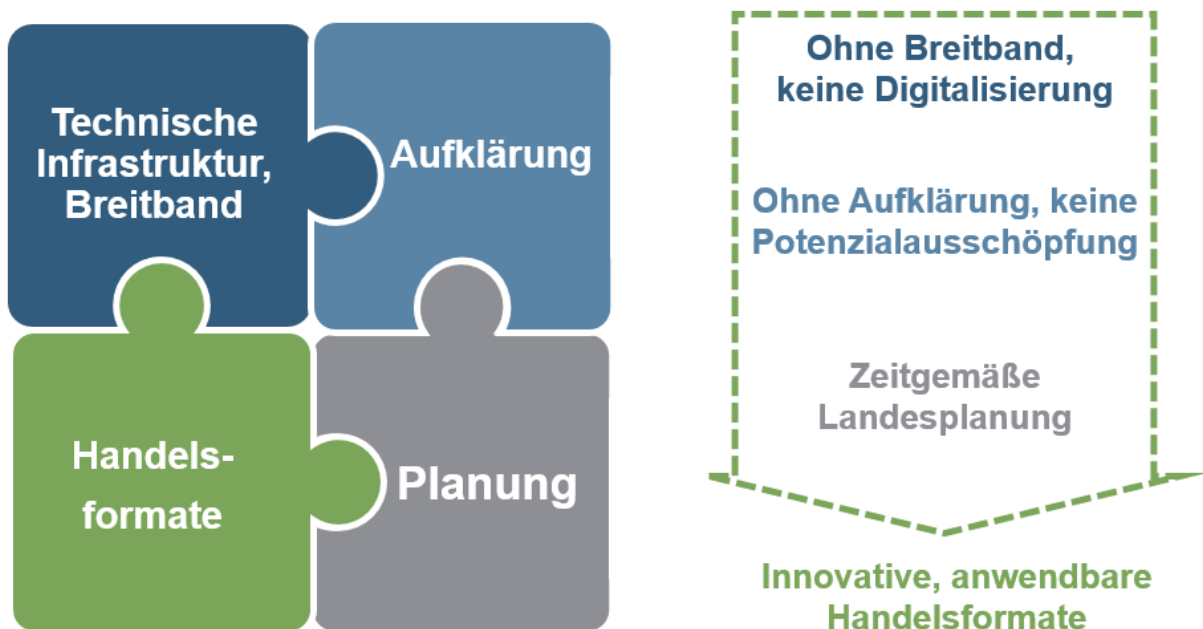
Die online basierte Abholstation in einem oben beschriebenen multifunktionalen Nahversorgungszentrum (DORV) verschafft den lokalen Konsumenten Zugang zu einer Vielfalt an Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs über das örtliche Angebot von Produkten mit regionaler Herkunft hinaus und schafft zudem Frequenz.

##### **(5) Dr. Susanne Eichholz-Klein – Ergebnisse der Statementabfrage**

Anschließend präsentierte Dr. Susanne Eichholz-Klein vom IFH Köln Ergebnisse der Statement-Abfrage zur Überleitung in die Gruppenarbeiten am Nachmittag. Aus Sicht der Workshopteilnehmer schafft die Digitalisierung Lösungsansätze für ländliche Räume, die sich nicht nur, aber auch auf den Handel beziehen. Denn es ist wichtig, dass der Handel auch in ländlichen Räumen zeitgemäße Strukturen und Vertriebsformate anbieten kann. Zudem bieten sich durch die Digitalisierung Chancen, infrastrukturelle Nachteile gegenüber Agglomerationsräumen auszugleichen und damit die Lebensqualität bzw. die Attraktivität als Wohnstandort zu erhalten.

Aus Sicht der Teilnehmer liegen die elementaren Handlungsfelder um Digitalisierung in ländlichen Räumen umzusetzen in der technischen Infrastruktur (Breitband), der Aufklärung und Landesplanung.

##### **Welche Rahmenbedingungen bzw. Standards sind aus Ihrer Sicht von Nöten, um die Nahversorgung im ländlichen Raum unter digitalen Gesichtspunkten zu sichern?**



Es wurde deutlich, dass ohne Breitband keine Digitalisierung möglich ist. Zugang zum Internet (egal ob über Netzanschluss, Kabel oder Mobilfunk) gilt als Mindestvoraussetzung. Darüber hinaus schafft Aufklärung über die Nützlichkeit technischer Rahmenbedingungen digitales Bewusstsein und forciert notwendige Digitalisierung in ländlichen Räumen. Die Menschen vor Ort müssen erkennen können, dass digitale Elemente echte Vorteile für ihr tägliches Leben bringen. Das zielt auf Qualifizierungsangebote für wenig technikaffine Bevölkerungsgruppen und Kompetenzvermittlung für Dienstleistungs- und Wirtschaftsbranchen (besonders KMU). Eine flexibilisierte Landesplanung erleichtert die Schaffung zeitgemäßer Handelsstrukturen. In den landesplanerischen Rahmengesetzgebungen, insbesondere in den Landesentwicklungsprogrammen, sollten die Trends im Handel abgebildet werden. Denn die klassische Nahversorgung wird es in einigen Räumen nicht mehr geben. Unerlässlich sind insofern verlässliche, ausgereifte, einfach handhabbare technische Lösungen als Grundvoraussetzung gerade für kleine Einzelhandelseinheiten in ländlichen Räumen.

### 3. Handlungsempfehlungen

Wichtige Erkenntnis des Workshops ist es, dass sich die Attraktivität im ländlichen Räumen auch im Kontext der Digitalisierung nur verbessern wird, wenn verschiedene Akteure zusammenarbeiten und Prozesse miteinander verknüpft werden. Einzelne, in sich abgeschottete Projekte weisen keinen nachhaltigen Charakter auf. Es bedarf einer übergreifenden (digitalen) Strategie. Zudem gilt es mit Schrumpfungsprozessen offensiv umzugehen.

Vor diesem Hintergrund befasste sich die erste Arbeitsgruppe, moderiert durch **Herrn Dr. Georg Klose von Prognos** mit Rahmenbedingungen für ländliche Räume, die die Nahversorgung unter digitalen Gesichtspunkten forcieren und sicherstellen können. Welches sind aus Sicht der Workshopteilnehmer die wichtigsten Handlungsfelder und welche Handlungsempfehlungen lassen sich ableiten? Dies sind die Fragen, die im Mittelpunkt der Analyse standen.

Eine zweite Arbeitsgruppe beschäftigte sich unter der Leitung von **Herrn Dr. Nikolaus Lindner von eBay** mit Online-Plattformen als möglichen Lösungsansatz für die Nahversorgung in ländlichen Räumen. Der Fokus lag hier auf konkreten Umsetzungen digitaler Strategien, die die Nahversorgung stärken können.

Nachfolgend werden die in den Arbeitsgruppen erarbeiteten Ergebnisse zusammengefasst.

#### (1) Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen bzw. nutzbar machen

Die Digitalisierung wird als Möglichkeit gesehen, die Versorgung in ländlichen Räumen zu verbessern, da Digitalisierung die Vernetzung verschiedener Akteure ermöglicht. Dabei bietet die Digitalisierung verschiedene Ansatzpunkte die Versorgung zu verbessern und Netzwerke zu bilden bzw. Erfahrungsaustausch zu vereinfachen.<sup>1</sup>

Auf der anderen Seite erleichtert die Digitalisierung flexible Arbeitsmodelle und bietet damit die Chance den Wohn- und Arbeitsstandort ländlicher Räume wieder stärker in den Fokus zu rücken, bzw. seine Standortfaktoren wie geringe Verdichtung, bezahlbare Mieten und Eigentumswohnungen/häuser stärker in den Fokus zu rücken.

Das setzt im Zeitalter der Digitalisierung eine funktionierende Infrastruktur voraus. In ländlichen Räumen sind Hersteller, Händler und Bevölkerung besonders auf die Anbindung an digitale Absatzkanäle angewiesen. Durch eine funktionierende Breitbandversorgung profitieren nicht nur die Wirtschaftsakteure, sondern die ländlichen Räume insgesamt. Demzufolge sprechen sich die Teilnehmer für die kurzfristige Umsetzung des flächendeckenden Breitbandes aus.

---

<sup>1</sup> Siehe Ergebnisse des zweiten Workshops „Regionale Kooperation“ der Reihe „Perspektiven für den ländlichen Raum“. Link: <http://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Mittelstand/dialogplattform-einzelhandel-workshop-reihen-03-perspektiven-land.html>



## **(2) Vernetzung relevanter Ressorts und Entwicklung einer übergreifenden Strategie**

Die Herausforderungen in ländlichen Räumen sind bekannt. Auf Bundes- und Landesebene werden durch verschiedene Förderprogramme die Digitalisierung und die Entwicklung von digitalen Anwendungen für ländliche Räume unterstützt. Die Teilnehmer stellen fest, dass zwischen diesen Ressorts teilweise keine Abstimmung bzw. vernetzende oder kooperierende Struktur besteht. Dadurch werden parallele Projekte ähnlicher Zielsetzung angestoßen, ohne gegenseitigen Erfahrungsaustausch. Dabei kann es auch zu konterkarierenden Maßnahmen kommen. Vor diesem Hintergrund wünschen sich die Teilnehmer eine effektivere und transparentere Verknüpfung. Gleichzeitig müssen klare Verantwortlichkeiten geschaffen werden.

Das setzt die Schaffung eines übergreifenden Ressorts auf Bundesebene voraus. Ziel ist eine gemeinsame und übergreifende Entwicklungsstrategie für ländliche Räume bzw. ein handelsspezifisches „Einzelhandelskonzept für ländliche Räume“.

Politisch verantwortliche Akteure einer Region sollten ihre Region als gemeinschaftlich zu entwickelnde Einheit betrachten, in der jede Gebietskörperschaft für einen Teil der Nahversorgung zuständig ist. Um dies umsetzen zu können, ist ein Bewusstsein für mehr Kooperation und Kommunikation notwendig.

## **(3) Implementierung von Plattformökonomien – Vernetzung von Akteuren ländlicher Räume**

Vor dem Hintergrund, dass Händler und Kommunen in ländlichen Räumen aufgrund aktueller Entwicklungen vor denselben Herausforderungen stehen, Digitalisierungsprozesse zu implementieren, empfehlen die Teilnehmer vernetzende Plattformen und kooperatives wie kommunikatives Handeln in Netzwerken zur Schaffung von Synergieeffekten.

Die Teilnehmer gehen davon aus, dass überregionale, nationale wie internationale Plattformlösungen höhere Skalierungseffekte mit sich bringen. Einzelprojekte werden aufgrund hoher Investitionen (u.a. Kapital-, Personal-, Zeitaufwand) als nicht nachhaltig erfolgreich erachtet. Bisherige Erfahrungen zeigen, dass ein Großteil von Einzelprojekten mangels Wirtschaftlichkeit nicht über die geförderte Pilotphase hinauskommt. Ein Grund ist die fehlende Sichtbarkeit bzw. geringe Nutzungsintensität von ausschließlich lokal agierenden Plattformen. Bei Implementierung und Schaffung einer vernetzenden Plattform sollten unterschiedliche Themenbereiche berücksichtigt werden:

**Handel:** Je kleiner lokale Marktplätze organisiert sind, umso wichtiger ist eine Schnittstelle zu übergeordneten Ebenen (national, international). Verbraucher bevorzugen Lösungen, bei denen ein hoher Informationsgrad und eine hohe Sortimentsbreite abgedeckt werden. Gleichzeitig ist für Händler eine hohe Bekanntheit von Plattformen für die notwendigen Frequenzen von Vorteil.

Dabei stärken Plattformen die lokale Präsenz. Beispiele von national wie international operierenden Online Plattformen zeigen, dass die teilnehmenden Händler zwar keinen deutlich erhöhten Umsatz vor Ort realisieren, aber Umsätze aus anderen, vorher nicht zu erschließenden Märkten generieren. Durch die Erweiterung des Einzugsgebietes wird damit eine Möglichkeit geschaffen, ein wirtschaftlich tragfähiges

Geschäftsmodell zu führen, in dem Händler von der Popularität der Plattform, deren Frequenz sowie der Bereitstellung von technischem Werkzeug und Knowhow profitieren.

**Multifunktionalität:** Es wird empfohlen neben der Kernfunktion Handel weitere Ebenen, die das Gesamtspektrum nachgefragter Dienstleistungen abgreifen, in eine Plattform einzubinden. Dazu zählen beispielsweise Gesundheits- und Pflegedienstleistungen, Mitfahrgelegenheiten, Lieferdienste, Handwerk, Kommunikations- und Tourismusangebote.

**Knowhow-Transfer:** Die Teilnehmer erachten eine zentrale Informations- und Weiterbildungsplattform für den Wissenstransfer als sinnvoll. Händler benötigen im Zeitalter der Digitalisierung vielseitige Informationen, die vom eigentlichen Kerngeschäft (Handeln mit Waren) abweichen. Die Bandbreite des erforderlichen Knowhows ist hoch und reicht von rechtlichen Rahmenbedingungen über Datenschutz bis hin zu förderpolitischen Fragestellungen. Insbesondere kleine Händler benötigen an dieser Stelle belastbare Informationen und Handlungsleitlinien. Der Erfolg einer solchen Plattform hängt von den Akteuren ab, die sie bespielen.

**Open-Source-Prinzip:** Im schnelllebigen Zeitalter der Digitalisierung wird von einer Vielzahl von Akteuren eine Vielzahl von Lösungsansätzen ausprobiert. Es bedarf einer Option, die sich explizit um Digitalisierungsprozesse in ländlichen Räumen kümmert und relevante Akteure über moderne Entwicklungen informiert. Darüber hinaus ermöglichen Erfahrungsaustausche digitaler Angebote einen Überblick. Nur wenige Praxisbeispiele etablieren sich am Markt. So sollte eine Plattform aktuelle Entwicklungen aufgreifen und in einem moderierten Prozess über Erfolgsfaktoren und Chancen sowie Hürden und Risiken berichten. Ziel soll die Beurteilung von Übertragungs- und Skalierbarkeitspotenzial sein.

#### **(4) Digitaler Kümmerer**

Die Umsetzung digitaler Prozesse erfordert eine hohe Expertise. Vor dem Hintergrund der hohen Relevanz für ländliche Räume ist eine thematische Schwerpunktsetzung in regionalen wie kommunalen Wirtschaftsförderungen gewünscht. Der Ansatz verfolgt die Idee eines digitalen Kümmerers. Dieser soll vor Ort neben fachlichen Hilfestellungen auch Ansprechpartner in rechtlichen Belangen, Fragen von Akteuren oder Fragen zu Schulungsmöglichkeiten sein.

Es wird vor dem Hintergrund der Dringlichkeit empfohlen, „Digitale Kümmerer“ kurzfristig in Wirtschaftsförderungen einzubinden. Dafür gilt es Ausbildungsformate zu entwickeln. Die Teilnehmer sind sich einig: Ohne zentralen Ansprechpartner und Treiber gelingen digitale Projekte nicht.

#### **(5) Intelligente Förderprogramme**

Kritisiert werden zahlreiche Pilotprojekte, die nach der Förderphase aufgrund mangelnder Wirtschaftlichkeit nicht mehr weitergeführt werden.

**Anschubfinanzierungen:** Diskutiert wird zum einen ein Ansatz, der Investitionen in Digitalisierungsprojekte bis zu einer Obergrenze durch staatliche Fördermittel bezuschusst. Auf diese Weise wird der Schritt in die

Digitalisierung erleichtert. Zum anderen erachten die Teilnehmer eine Implementierung von Plattformen für ländliche Räume als sinnvoll. Förderprogramme sollten diesen Ansatz aufgreifen. Konzeption und Umsetzung lokaler wie regionaler Plattformen gilt es zu stützen. Von hoher Relevanz ist für die Teilnehmer, dass nicht nach dem Gießkannenprinzip gefördert wird, sondern im Zuge der oben benannten Handlungsfelder vernetzende Plattformen im Fokus der Förderung stehen.

**Nicht monetäre Leistungen:** Hier stehen Beratungsdienstleistungen, Aufklärung oder Ausbildung im Vordergrund möglicher Förderung. Bei Digitalisierungsvorhaben sollen Händlern in ländlichen Räumen Informationen an die Hand gegeben werden. Das beinhaltet auch Aufklärung über die rechtlichen Rahmenbedingungen, die sich im Falle der Implementierung eines Online-Shops oder Online-Präsenz stellen.

#### **(6) Digitalisierung in ländliche Versorgungsknotenkonzepte einbinden**

Wie auch schon im zweiten Workshop „Regionale Kooperation“ der Reihe „Perspektiven für den ländlichen Raum“ sehen die Teilnehmer weiterhin Versorgungsknotenkonzepte als Instrument, Nahversorgung in ländlichen Räumen aufrecht zu erhalten. Kern des Konzeptes ist die interkommunale Kooperation mehrerer Gemeinden, die gemeinsam ein ausreichend großes Einzugsgebiet bilden, um Nahversorgungsleistungen wirtschaftlich tragfähig anbieten zu können. Die Nutzung digitaler Lösungen wird in diesem Kontext als zwingend notwendig erachtet und setzt digitale Infrastruktur voraus.

## **4. Ausblick**

Die Workshop-Reihe „Perspektiven für den ländlichen Raum“ im Rahmen der Dialogplattform Einzelhandel umfasste insgesamt drei Workshops in denen Nahversorgungskonzepte, regionale Kooperationen und Konzepte unter Verwendung digitaler Ansätze behandelt wurden.

Interessierte können sich unter [www.dialogplattform-einzelhandel.de](http://www.dialogplattform-einzelhandel.de) informieren – sowohl über die vorliegende Workshop-Reihe als auch über die weiteren Workshop-Reihen, die sich den Themen „Perspektiven für Arbeit und Berufe“, „Lebendige Stadt“, „Wettbewerbspolitik“ und „Digitalisierung und technologische Herausforderungen“ widmen. Die Ergebniszusammenfassungen der einzelnen Workshops stehen auf dieser Website zur Verfügung. Auch außerhalb der Workshops steht die Dialogplattform Einzelhandel mit einer Sharing-Plattform (zu erreichen unter <http://bit.ly/Wissensarchiv>) für einen regen Wissensaustausch bereit.

## Ihr Ansprechpartner



**Dr. Susanne Eichholz-Klein** – Bereichsleiterin IFH Retail Consultants

**Dr. Susanne Eichholz-Klein** ist als Bereichsleiterin am IFH Köln tätig. Im Rahmen ihrer Arbeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin im Wirtschafts- und sozialgeographischen Institut der WISO-Fakultät der Universität zu Köln promovierte Frau Eichholz mit einem Thema über den wirtschaftlichen Strukturwandel und Auswirkungen auf die Region. Ihre aktuellen inhaltlichen Schwerpunkte liegen bei den Themenbereichen Handel und Handelsstrukturen, Entwicklungen von E-Commerce-Aktivitäten und stationärem Handel, Nachhaltigkeit und den Branchenschwerpunkten Food bzw. LEH/FMCG. Hauptaugenmerk liegt auf Mandaten rund um den Einzelhandel und die Konsumenten in Deutschland und Europa.

Weitere Informationen zum IFH Köln: [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)



## Herausgegeben von

### IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Dürener Straße 401b | 50858 Köln

T +49 (0)221 94 3607 10 | F +49 (0)221 94 3607 99

[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)