

Kontakt:
IFH Köln

Christina Bunnenberg
Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-92

presse@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

„Local Loyalty“ – IFH Köln startet Modellprojekt zur Stärkung des Handels vor Ort in Köln

Onlinehandel und Standortwettbewerb führen zunehmend zu Frequenzverlust. Der Innenstadthandel muss sich für die Zukunft aufstellen. IFH Köln startet mit weiteren Partnern das Projekt „Kölner Veedel als lokaler Leuchtturm“ im Rahmen des NRW-weiten Projekts „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ – initiiert vom Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen.

Köln, 19. Juni 2019 – Wie kann sich auch der inhabergeführte stationäre Einzelhandel für eine digitale Handelszukunft erfolgreich aufstellen? Insgesamt sechs Ideen hierzu hat eine Jury für das Projekt „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ zur Förderung ausgewählt. Eins davon ist das Projekt „Kölner Veedel als lokaler Leuchtturm“, welches das IFH Köln gemeinsam mit der International School of Management (ISM) und in Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer zu Köln sowie den Interessengemeinschaften Lindenthal und Rodenkirchen aktuell ausrollt. Ziel des Vorhabens ist es, die Geschäftsmodelle der lokalen Händler zu digitalisieren und die lokale Kundenbindung zu stärken.

„Mit unserem Projekt wollen wir Händler und Händlerinnen vor Ort darin unterstützen in der digitalen Welt sichtbar zu werden und Besuchsfrequenz zu sichern. Uns ist besonders wichtig, nicht auf Leerstand oder Probleme zu fokussieren, sondern da anzusetzen, wo Handel heute lokal gut funktioniert und echte Chancen hat, sich für eine digitale, kundenzentrierte Zukunft gut zu rüsten“, so Boris Hedde, Geschäftsführer des IFH Köln.

Punkte sammeln in Rodenkirchen und Lindenthal und vor Ort einsetzen

Zum Start des Projekts „Kölner Veedel als lokaler Leuchtturm“ fokussiert der Verbund auf die Kölner Stadtviertel Rodenkirchen und Lindenthal. Beide „Veedel“ zeichnen sich u. a. dadurch aus, dass aktuell im Vergleich zu anderen Standorten noch ausreichend Frequenz, ein attraktiver Handelsmix und Kaufkraft vorhanden sind. In einem ersten Schritt wird das Angebot des Stadtviertels in Sachen Handel, Gastronomie und Dienstleistung digitalisiert, um die Anbieter online sichtbar zu machen. Hierzu zählen Basisinformationen wie Standort, Angebot und Öffnungszeiten der Betriebe genauso wie aktuelle Informationen zu Sonderaktionen im Stadtviertel. In einem zweiten Schritt wird zur Steigerung der Kundenbindung ein lokales Treueprogramm aufgesetzt, bei dem die Besucher beim Einkauf oder bei der Nutzung von Gastronomie und Dienstleistungen Punkte auf ein persönliches Konto gutgeschrieben bekommen, die sie anschließend entweder für sich selbst z. B. in Form von Rabatten für Parken oder Eintrittsgelder vor Ort nutzen oder einer Institution vor Ort wie zum Beispiel Vereinen oder lokalen Initiativen zugutekommen lassen können.

Im Ergebnis wird in der Form erstmals in einer Millionenstadt wie Köln ein Pilotprojekt geschaffen, dass als Labor aufzeigt, wohin es beim Thema Innenstadt und Handel zukünftig gehen wird und welches als Vorbild und Lernplattform für andere Veedel und Städte dienen soll.

„Die Mehrwerte, die die KonsumentInnen vor Ort generieren, sollen auch direkt im unmittelbaren Umfeld spürbar werden. Lokale Identität soll als Anreiz genutzt werden, um im digitalen Zeitalter ein Abgrenzungsmerkmal zu schaffen, Besuchsfrequenz zu sichern und die Ausschöpfung der Kundenkaufkraft vor Ort gemeinschaftlich durch die lokalen Anbieter zu erhöhen“, so Boris Hedde.

„Die Gespräche mit den Händlern und Händlerinnen sind sehr ermutigend, gerade auch mit kleinen Firmen, die nur einen Standort betreiben. Zunehmend werden nicht nur die Herausforderungen durch Digitalisierung beklagt, sondern auch die neuen Chancen gesehen, die sich für den Einzelhandel aus digitalen Geschäftsmodellen ergeben – sofern eine nachhaltige Nutzung intelligenter Kundenbindungsinstrumente erreicht wird“, so Professor Ulrich Lichtenthaler von der ISM.

Wörter der Meldung: 537

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.953

Über das Projekt

Das Projekt „Kölner Veedel als lokaler Leuchtturm“ ist Teil der Initiative „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen und erfolgt mit finanzieller Unterstützung der Landesregierung Nordrhein-Westfalen. Das IFH Köln setzt das Projekt gemeinsam mit der International School of Management (ISM) und in Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer zu Köln sowie den Interessengemeinschaften Lindenthal und Rodenkirchen um. Nach Analyse der Anforderungen aus den lokalen Anspruchsgruppen als Schwerpunkt des Pilotprojektes wird eine technologisch basierte Lösung konzipiert, die nach einer Testphase und Optimierung auch an weiteren Standorten Einsatz in der Stadt Köln oder in anderen Großstädten finden kann. Für Rückfragen zur Initiative stehen das Wirtschaftsministerium NRW sowie das IFH Köln gerne zur Verfügung.

Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH Köln einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digital-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel.

Weitere Informationen unter www.ifhkoeln.de

Gefördert durch:

Ministerium für Wirtschaft, Innovation,
Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

