

Kurzportrait „Digitaler Marktplatz Westerwald“

Der Marktplatz Westerwald e.V. hat im Auftrag der Entwicklungsagentur Rheinland-Pfalz eine Markt- und Potenzialanalyse sowie eine Konzeption für einen digitalen Marktplatz entwickelt. Um die wirtschaftliche Tragfähigkeit zu überprüfen, wurde zusätzlich ein Businessplan für einen Zeitraum von fünf Jahren erstellt. In der Konzeption wird von einer gemeinsamen digitalen Handelsplattform für die Landkreise Altenkirchen, Neuwied und Westerwald ausgegangen. Neben dem Einzelhandel soll der digitale Marktplatz Westerwald auch anderen Gewerbetreibenden, wie Handwerk, produzierendes Gewerbe, Dienstleistungen etc. eine zusätzliche Vermarktungsschiene bieten.

Hier dazu ein zusammenfassendes Kurzportrait des Projekts:

Der Projekt-Initiator

Der Marktplatz Westerwald e.V. als aktives regionales Netzwerk von Gewerbe- und Aktionsgemeinschaften in der Region Westerwald hat bereits heute ein Potenzial von mehr als 600 Einzelhandelsunternehmen und Gewerbetreibenden und arbeitet weiter an der Gewinnung und Vernetzung weiterer Mitglieder. Mit der Idee, einen Digitalen Marktplatz Westerwald zu entwickeln befindet man sich in guter Gesellschaft mit zahlreichen „Local Commerce-Projekten“ in Deutschland.

Das Projekt

Vor dem Hintergrund der aktuellen Ausgangssituation im Einzelhandel erkennen die Akteure des Marktplatz Westerwald e.V. einen konkreten **Bedarf für eine digitale Handels-Plattform**, die dem mittelständischen, inhabergeführten Einzelhandel und allen weiteren Gewerbetreibenden die Chance eröffnet, mit Hilfe eines digitalen Kommunikations- und Vertriebskanals ihre **Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen und einen Beitrag zur Existenzsicherung zu leisten**.

Der positive Effekt einer kooperativen Onlinehandels-Infrastruktur ergibt sich aus dem Synergiepotenzial, das durch die Bündelung des Warenangebots zu einer **höheren Anziehungskraft für die wachsende Zahl der Onlinekäufer** führt. Zusätzlich sollen die Anbieter von erheblichen Kostensynergien profitieren.

Erfahrungen aus Local Commerce Projekten

Seit dem Jahr 2012 hat sich ein lebendiger Markt für Local Commerce Projekte entwickelt. Zahlreiche City-Initiativen und einige regionale Initiativen entwickeln sich unterschiedlich erfolgreich. Vor diesem Hintergrund wurden diese Initiativen innerhalb der Markt- und Potenzialanalyse betrachtet, um aus den vielfältigen Erfahrungen **die wesentlichen Erfolgsfaktoren** abzuleiten.

Der Zielmarkt

Die drei Landkreise Altenkirchen, Neuwied und Westerwaldkreis mit insgesamt über 500.000 Einwohnern sind kleinstädtisch und ländlich geprägt. Die Nahversorgung der Dörfer ist in den letzten zehn Jahren gesunken. Je nach Landkreis beträgt der Anteil der Dörfer ohne jegliches Geschäft zwischen 38 bis 69 Prozent aller Gemeinden. Die in Teilen vorhandene mobile Versorgung stagniert und kann den fehlenden Bedarf nicht abdecken. Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels

könnte sich Situation für die wachsende Zahl der älteren Menschen als besonders problematisch darstellen. **Ein digitaler Marktplatz könnte die Situation jedoch nachhaltig verbessern.**

Die Zielgruppen und Zielgruppenpotenziale

Heute gehören bereits 62,5 Prozent der rheinland-pfälzischen Bevölkerung zu den Onlineshoppern. Statistisch hochgerechnet und auf die drei Landkreise Altenkirchen, Neuwied und Westerwaldkreis umgerechnet, ergibt sich so ein **Online-Umsatzpotenzial von über 400 Mio. Euro, das bereits heute dem regionalen Handel verloren geht.** Hieraus wurden geringe aber steigende Marktanteile in verschiedenen Szenarien als Zielprojektion entwickelt und in einem Businessplan abgebildet.

Strategischer und konzeptioneller Ansatz

Um das Projekt Digitaler Marktplatz Westerwald in seiner angestrebten Marktposition zu entwickeln wurde eine Konzeption inkl. einer Positionierung entwickelt, die sowohl die **rationale als auch die emotionale Nutzenstiftung** eines solchen Marktplatzes beschreibt.

Die digitale Plattform und ihre Funktionen

Ausgehend von der existierenden Plattform „Digitale Dörfer“ wurden die Anforderungen für eine Realisierung des Projekts Digitaler Marktplatz Westerwald formuliert. Zusätzlich wurden die erforderlichen Funktionen für die unterschiedlichen Gewerbezweige konzipiert und Mehrwertdienste definiert, die die **Attraktivität der Plattform für die Endkunden** steigert und möglichst vielen Unternehmen **Teilhabemöglichkeiten** eröffnen.

Die Lieferlogistik

Im Rahmen der Marktrecherchen im Vorfeld dieser Konzeption und der Beobachtung anderer Local Commerce-Projekte wurde deutlich, dass die Lieferlogistik nicht nur eine große Herausforderung, sondern auch eine der erfolgskritischsten Leistungen darstellt. In der Folge wurde die Nutzung existierender Logistiksysteme dem Aufbau einer eigenen Logistik gegenübergestellt. **Im Ergebnis wurde festgestellt, dass eine eigene Lieferlogistik zu erheblichen strategischen Wettbewerbsvorteilen führen kann.** Für eine verbesserte Nahversorgung der Dörfer wurde die Option von modernen, digital gesteuerten, Abholstationen einbezogen.

Die Organisation

Eine zu gründende Betreibergesellschaft soll das Gesamtprojekt steuern und die wirtschaftliche Verantwortung im Rahmen eines Gesamtbudgets tragen. Dabei wurde die **Unternehmensform Genossenschaft** präferiert.

Der Projektstatus

Die Markt- und Potenzialanalyse / Konzeption wird zurzeit allen regionalen Akteuren (IHK, Handwerkskammer, Landräte, Wirtschaftsförderungsgesellschaften, regionalen Banken etc.) vorgestellt. Bislang kann eine äußerst positive Resonanz festgestellt werden. Parallel erfolgt eine Prüfung, in welchem Umfang die Entwicklung des Projekts über öffentliche Mittel finanziert werden kann.

Andreas Giehl
Vorstandssprecher des
Marktplatz Westerwald e.V.
Mai 2019

Wendelin Abresch
CONCENCE
Marken- u. Marketingberatung GmbH & Co.KG