



Projektaufruf: Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken
(1. Einreichrunde)

Projekt: „F.O.R.U.M Wuppertal“

Projektleitung:

Wirtschaftsförderung Wuppertal AÖR

Kontakt (Projektkoordination):

Kenny Weißgerber,

Tel.: 0202/24807-35,

weissgerber@wf-wuppertal.de

Laufzeit: 01.08.2017-31.07.2019

Verbund:

- talMARKT – Online City Wuppertal e.V., in Wuppertal
- Atalanda GmbH, in Freilassing
- Westdeutsche Zeitung GmbH & Co. KG, in Wuppertal (aus dem Verbund ausgeschieden seit September 2018)

Projektbeschreibung:

Ziel des Projektes ist die Verknüpfung von stationären und Online-Handel, um die Wettbewerbsvorteile beider Vertriebssysteme synergetisch zu kombinieren und die urbane Vielfalt der Innenstadt zu sichern. Folgende Arbeitspakete werden realisiert:

1. Aufbau Multi-Channel-Netzwerk
2. Systemintegration und Suchmaschinenmarketing
3. Innovative Werbekonzepte
4. Allgemeine Öffentlichkeitsarbeit, Marketing & wissenschaftliche Evaluation
5. Qualifizierung und Schulung des Multi-Channel-Netzwerkes
6. Querschnittsaufgaben
7. Know-how-Transfer

Gesamtausgaben: 328.000 €

Zuwendungssumme: 164.000 €

Sachstand zum 31.01.2018:

- Erfolgreiche Kick-off-Veranstaltung am 28.11.2017 in Wuppertal
- Akquise und Vernetzung von Händlerinnen und Händler, bspw. über eine interne Facebook-Gruppe
- Umgestaltung/Integration digitaler Shops auf der Plattform
- Beginn der Erprobung eines breiten Werbemixes von klassischen und digitalen Werbeformen (inkl. Radiospots, Besuch von Veranstaltungen im Rahmen der Erstsemesterwoche an der Bergischen Universität Wuppertal, Händlerpräsentation bei der Veranstaltung „Wuppertal 24 Stunden live“, Anbringung großflächiger Plakate im gesamten Stadtgebiet unter dem Motto „Online City Wuppertal – Kauf doch wie du willst“) mit ersten Auswertungen und Händler-Feedback
- Entwicklung, Programmierung und Testung sogenannter Shop Screens
- Erste Programmierungen von Schnittstellen zwischen Warenwirtschaftssystemen und der Online-Plattform

Sachstand zum 30.06.2018:

- Eine Werkstudentin wurde zwecks weiterer Händlerakquise eingestellt. 15 Neue Händler erweitern den Sortimentsumfang erheblich (u.a. 1,3 Mio. Bücher).
- Die Amazon-Anbindung mit 5 Händlern wird getestet. Weitere Schnittstellen zu Großhändlern (u.a. Musikinstrumente und Schreibwaren) befinden sich in der Umsetzung.
- Das Händler-Schulungskonzept zur Suchmaschinenoptimierung ihrer Produkte steht. Weitere Seminare und Schulungen (u.a. zu E-Commerce gemeinsam mit dem Handelsverband NRW, Dienstleistungsfunktionen von Atalanda) wurden durchgeführt.
- Die Talscreens wurden bei vier Händlern installiert (u.a. Veranstaltungshinweise Online City Wuppertal)
- Fortsetzung des Werbemixes online und offline, z.B. Gewinnspiele (Facebook, Torwandschießen).
- Erfahrungsaustausch u.a. mit einer Delegation von Citymanagern aus diversen Städten in Dänemark und einem Vortrag in Solingen.