



Gelsenkirchen

Der Oberbürgermeister

| Mitteilungsvorlage | |
|--|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> öffentlich | <input type="checkbox"/> nichtöffentlich |
| Drucksache Nr. 14-20/5644 | |

Referat, Auskunft erteilt, Telefon-Durchwahl
15 - Wirtschaftsförderung - Herr Breuer, Tel. 169-4300

Datum
26.03.2018

Beratungsfolge

Sitzungstermine Top

**Ausschuss für Wirtschaftsförderung,
Beschäftigungsförderung und Tourismus**

26.04.2018

Betreff

**Anfrage des sachkundigen Bürgers Herrn Grohé
- Multi-Channel-Konzepte -**

Inhalt der Mitteilung

Einstieg in das Thema:

„Multi-Channel-Konzepte beschreiben die Kundenansprache durch das stationäre Einzelhandelsgeschäft ergänzende Vertriebskanäle. Dazu können u.a. der Versandhandel, Online-Präsenz, Online-Shop-Aktivitäten oder die Einbindung in professionelle Online-Plattformen von Drittanbietern gezählt werden.“
(siehe Mitteilungsvorlage 14-20/5474)

In der Sitzung am 15.03.2018 wurde unter Top 4.2 folgende Anfrage gestellt:

Inwieweit gibt es Kooperationen zwischen beteiligten Designern und der Wirtschaftsförderung?

Stellungnahme der Verwaltung:

Es besteht aktuell keine direkte Kooperation zwischen beteiligten Designern und der Wirtschaftsförderung. Die Wirtschaftsförderung ist jedoch im regelmäßigen Austausch mit der Westfälischen Hochschule, um u.a. sowohl die Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Handel zu analysieren als auch über potenzielle Ansätze für stationäre Händler u.a. zur Erweiterung der Vertriebswege zu diskutieren und diese zu bewerten.

Ein eigener lokaler Online-Marktplatz bietet für die Stadt Gelsenkirchen nach dem Vorbild bisheriger lokaler Online-Marktplätze (bspw. eBay City Mönchengladbach, Lokaso Siegen, Online City Wuppertal) keinen wesentlichen Mehrwert für die Einzelhandelsentwicklung, da sich die Marktplätze aktuell noch in der Markteintrittsphase befinden und hinsichtlich bestimmter Aspekte (u.a. zielorientierte Bewerbung über Suchmaschinen, social media und regionale online- und offline-Vernetzung) noch optimiert werden müssten. Ein lokaler Online-Marktplatz kann zukünftig nur nachhaltig erfolgreich sein, wenn er sich durch ein vielseitiges, speziell kundenorientiertes und mehrwertschaffendes Angebot zur Kundenbindung auszeichnet.

Dr. Schmitt