Altmühl-Jura
regionaldigital

Kick-Off am 11.05.2021
cima München
cima.digital

cima.

CIMA Beratung + Management GmbH

München

80 Mitarbeiter

30 Jahre Erfahrung

9 Standorte in Deutschland

1 CIMA Institut für Regional-wirtschaft

1 cima.digital

1 CIMA Österreich

cima.

Kompetenzfelder

HANDEL

- Einzelhandelsentwicklung
- Einzelhandelskonzept
- Verträglichkeitsgutachten
- Nahversorgung

STADT + REGIONALENTWICKLUNG

- Stadtentwicklung
- Stadtplanung
- Regionalentwicklung
- Beteiligung

MARKETING

- Stadtmarketing
- Citymarketing
- Regionalmarketing
- Standortmarketing

DIGITALE STADT

- Online-Präsenz
- Online-Image
- Online-Plattformen

MANAGEMENT

- Citymanagement
- Quartiersmanagement
- Geschäftsstraßenmanagement
- Organisationsberatung
- Personalberatung

WIRTSCHAFT

- Wirtschaftsförderung
- Regionalwirtschaft
- Tagungs- und Kongresswirtschaft
- Tourismuswirtschaft

IMMOBILIEN

- Immobilienentwicklung
- Gewerbeflächenentwicklung
- Wohnflächenentwicklung
- Markt- und Standortanalyse

WISSEN

- Markt- und Handelsforschung
- Redner / Speaker / Vorträge
- Fachveranstaltungen
- Weiterbildung / ICR-Studium

CIMA Beratung + Management

Unabhängig
Partnergeführt.
Bundesweit.
Erfahren.

cima.

Projektteam

cima.
München

Achim Gebhardt,
Partner, Projektleiter
gebhardt@cima.de

Christoph Hübner
Berater
huebner@cima.de

new WAY
DYNAMIK & NAHVERSORGUNGSKONZEPTE

Wolfang Gröll
Fachberater

cima.digital

Eva Gancarz
Leiterin cima.digital

Philipp Schleef
Studierter Wirtschaftspsychologe

cima.

Nahversorgung – Unser Thema

cima.

Nahversorgung – Unser Netzwerk

dorfladen-netzwerk.com/pages/partner.html

Vereinigung der Bürger und Dorfläden in Deutschland e.V.

STARTSEITE | DAS NETZWERK | PRAXISWISSEN - PUR | JETZT KONTAKTIEREN

Versicherungsmakler Böck

Handelsverband Bayern

Schule für Dorf- und Landentwicklung

Dorfglück

Bundesverband der Regionalbewegung e.V.

New WAY GmbH (Wolfgang Gröll)

CIMA

Schapfl

Mensch und Region

Regional Digital

- Darum geht's
- „Regional vernetzt – gemeinsam stark"

Altmühl-Jura regionaldigital

Gefördert durch:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

ptble Projektträger Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Die Förderkulisse

- Förderprojekt des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft zur Entwicklung neuer Wege der Nahversorgung in ländlichen Räumen. Rahmen: Bundesprogramms Ländliche Entwicklung (BULE)

Themenfelder

- Multifunktionale Nahversorgung
- Nahversorgung und Logistik
- Nahversorgung und digitale Zukunft
- Nahversorgung und Mobilitätsangebote
- Ausgestaltung und Strukturen

Aktionsbündnis „Leben auf dem Land"

- Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL)
- Deutscher Städte- und Gemeindebund (DStGB), der
- Deutscher Landkreistag (DLT), der
- Industrie- und Handelskammertag (DIHK) sowie der
- Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)

cima.

Regional Digital

- In bester Gesellschaft…

Altmühl-Jura regionaldigital

Gefördert durch:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

ptble Projektträger Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

LandVersorgt

Neue Wege der Nahversorgung in ländlichen Räumen

bmel.de

Regional Digital
- Darum geht's

Altmühl-Jura regionaldigital

Gefördert durch:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

ptble Projektträger Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Ziel: „Aus der Region für die Region"

- Angebotsseitig: Ermöglichung/Vereinfachung der Vermarktung lokaler Produkte für die Produzenten/Erzeuger
- Kundenseitig: Ermöglichung/Vereinfachung des Zugangs zu lokalen „Heimat"-Produkten für die Bürger

Unser Ansatz

- Verbesserung der regionalen Nahversorgung durch Entwicklung einer regionalen Online-Bestellplattform mit einem an den regionalen Gegebenheiten und Bedürfnissen angepassten, integrierten Logistiksystem
- Einbezug der örtlich in der Region bereits vorhandenen Dorfläden, Wochenmärkte und Direktvermarkter in die zu entwickelnden Lieferketten
- Abbilden eines möglichst vollständigen Warensortiments des täglichen Bedarfs und darüber hinaus
- Überprüfung der Machbarkeit eines stationären Regionalladens bzw. eines Ladennetzwerks

Prozess

- Das Konzept identifiziert Potenziale und technische Lösungen für eine mögliche Umsetzung
- Der Prozess verläuft ergebnisoffen und berücksichtigt auch stationäre Strukturen

cima.

Altmühl-Jura
regionaldigital

Kick-Off am 11.05.2021
cima München
cima.digital

cima.

Regional Digital
- Darum geht's

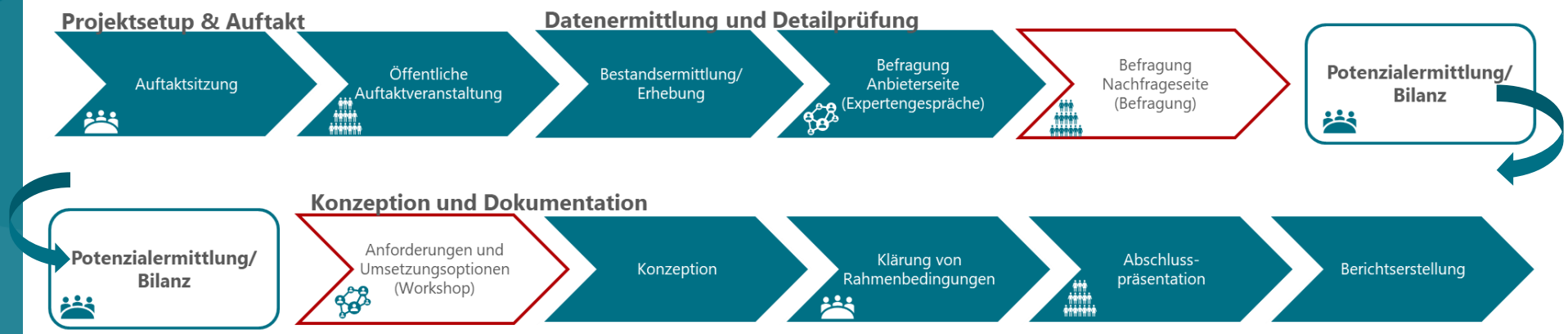
Altmühl-Jura regionaldigital

Gefördert durch:

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

ptble Projektträger Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages



- Zweistufiges Verfahren Konzepterstellung, anschließend mögliche Umsetzung als eigeneständiges (Förder-) Projekt

cima.

Kurzumfrage

- Ihre Meinung

- Auf welchem Kanal vertreiben Sie momentan Ihre Produkte?
- Welchen Anteil Ihrer Produkte setzen Sie aktuell bereits in der Region ab?
- Wie schätzen Sie die (allgemeine) Rolle des Online-Handels bei der Vermarktung regionaler Produkte ein?

cima.

Kurzumfrage

- Ihre Meinung

Umfrage 1: Kurzumfrage

Die Umfrage ist g... 14 wählten

1. Auf welchem Kanal vertreiben Sie momentan Ihre Produkte? (Mehrfachauswahl)

Direktverkauf/ Hofverkauf	(14/14) 100%
Online	(4/14) 29%
Großhandel	(1/14) 7%
Einzelhandel	(8/14) 57%
Wochenmarkt	(3/14) 21%

2. Welchen Anteil Ihrer Produkte setzen Sie aktuell in der Region ab?

100 %	(4) 29%
über 75 %	(4) 29%
über 50 %	(5) 36%
weniger als 50 %	(1) 7%

3. Wie schätzen Sie die (allgemeine) Rolle des Online-Handels bei der Vermarktung regionaler Produkte ein?

Ist bereits wichtigster Vertriebskanal	(1) 7%
Ist neben stationärem Handel bereits wichtiger Kanal	(2) 14%
noch untergeordnet, wird allerdings an Bedeutung gewinnen	(10) 71%
wird auch künftig nur eine untergeordnete Rolle spielen	(1) 7%

cima.

Trends im Einzelhandel

Regional & Digital

Stadt + Regionalentwicklung

Handel

Marketing

Digitale Stadt

Management

Wirtschaftsförderung

Immobilien

Der Kunde ändert sich.

Allgemeine Entwicklung

- Demographie.
- Haushaltsstrukturen.
- Technologie.

Verfügbare Ressourcen

- weniger Zeit.
- Mobilität.
- Einkommen.

Wandelnde Ansprüche

- Qualitätsbewusstsein.
- Informationsgrad.
- Unbeständigkeit.

cima.

Das hat Folgen.

Höhere Ausgaben für Lebensmittel	Gesteigerte Flexibilität	Höherer Anspruch
Seltene aber größere Versorgungseinkäufe	Wachsender Onlineanteil auch im Lebensmittelbereich	Fokus auf Qualität nimmt zu (Produkt & Service)
Bewusste Ergänzung bei Spezialanbieter	Verlust des Stammkunden	Erwartungen an Angebotsbreite und -Verfügbarkeit
Selbstzubereitung statt Essen außer Haus	Eingeschränkte Verfügbarkeit von Waren	Suche von „Erlebnissen“ im Alltag

Beschleuniger:
Corona-Pandemie

cima.

Der Handel reagiert.

Voll-sortiment.

Regionalität. Persönlichkeit. Transparenz.

Gestaltung. Wohlfühlen. Emotion. Erlebnis.

Discount.

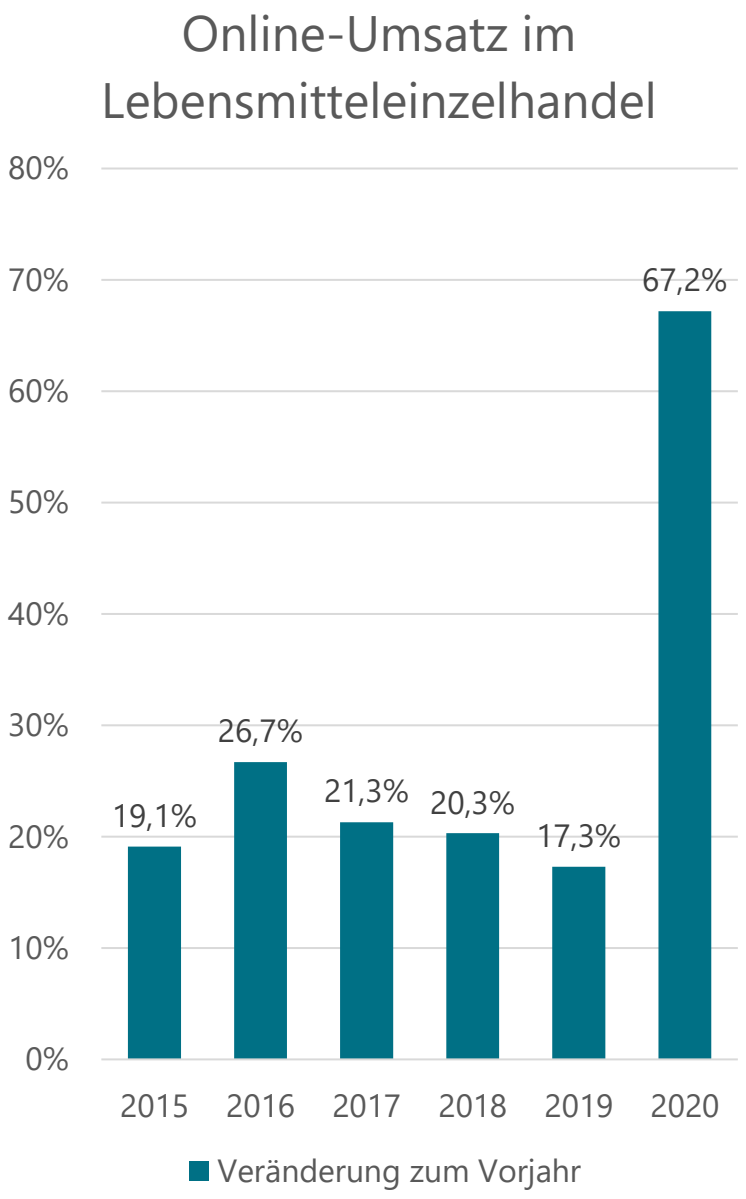
Food-Trends. Markenartikel. Preis. Werbung.

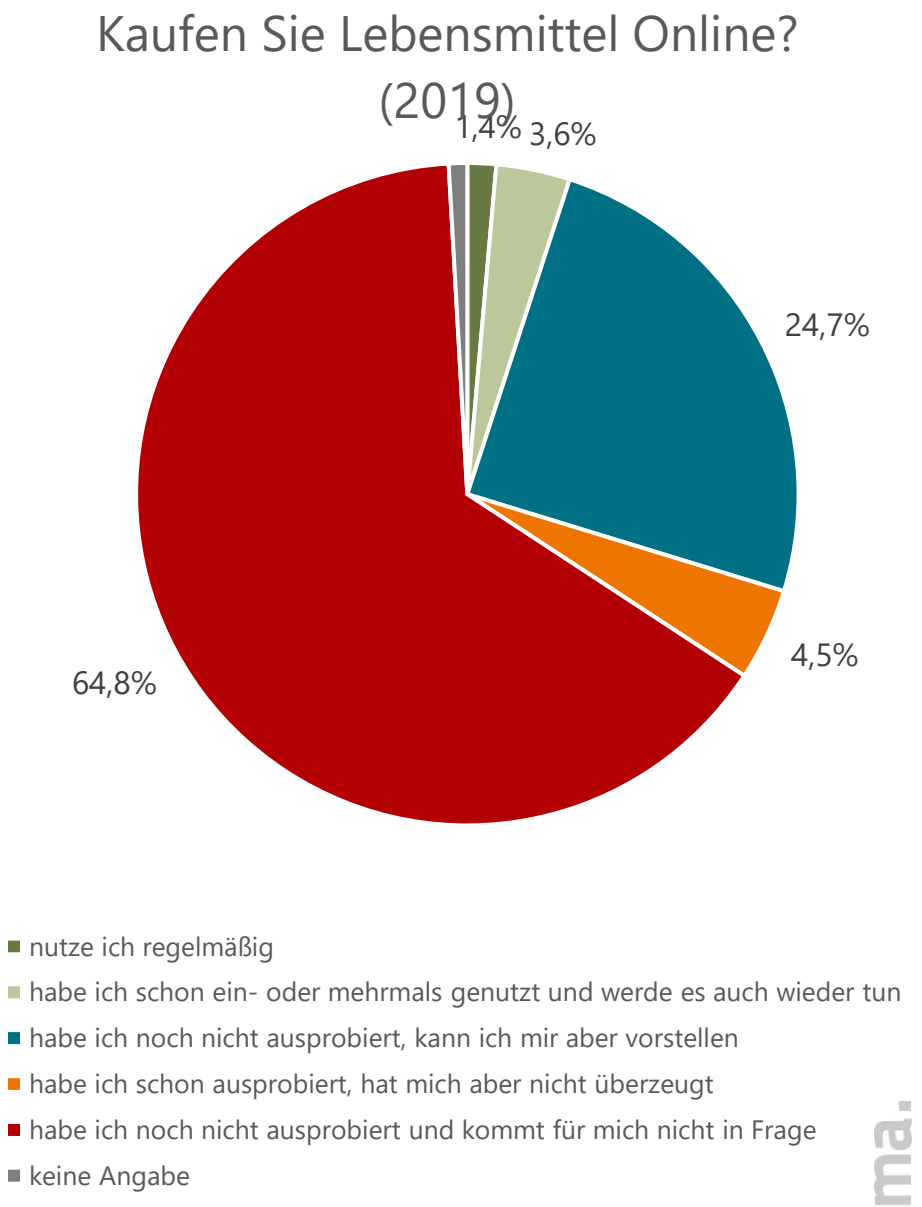
Klein-anbieter.

Individualität. Qualität. Nähe. Cross-Selling

cima.

Auch online.





cima.

Der Handel reagiert.

Auch online.

Discount.

preisorientiert

Voll-sortiment.

produktorientiert

REWE LIEFERSERVICE

HELLO FRESH

amazonfresh

GORILLAS

Bringmeister.de von EDEKA

Klein-anbieter.

qualitätsorientiert

HOFLADEN B@X Regional + Fair

MARKT SCHWÄRMER

Marktfee

cima.

Kurze Info zur HofladenBOX Fürth

Sabine Biberger
AELF Ingolstadt

Entwicklung der HofladenBOX

- 2016 Idee und Start der Planungen
- LEADER-Projekt Landkreis Fürth
- 2017 Gründung der HofladenBOX GmbH & Co. KG
- 2019 Markteinführung mit 10 Anbieter und ca. 100 Produkten
- Heute 2000 Produkte und ca. 2500 registrierte Kunden

Gründer

- Birgit Wegner, Geschäftsführerin
  Diplomingenieur (FH) Automatisierungstechnik
- Mareike Schalk (Dipl. Betriebswirtin)

Sabine Biberger, Quelle: HofladenBOX

HofladenBOX Erfolg basiert auf 3 Säulen

Erzeuger:

- Neuer Vertriebsweg
- Faire Preise
- Marketing in der Region
- Wenig Aufwand

Kunde:

- Volle Transparenz über Produktherkunft
- Bequemer Online Einkauf mit guter User Experience
- Faire Preise

Region:

- CO2 Reduktion
- Reduktion Lebensmittel-vernichtung und Verpackung
- Regionale Wertschöpfung
- Netzwerk: Regionalbewegung, Bauernverband, Wirtschaftsförderung

Das HofladenBOX-Prinzip

Filtern

Sortierung: Artikelbezeichnu...

1 > >>

Artikel pro Seite: 90

12 Rostbratwürste - ca. ...

0.36 kg **6,50 €**
(18,06 € * / 1 kg)

In den Warenkorb

2 Grill Steaks vom Schw...

2 Stck. **5,00 €**
(2,50 € * / 1 Stck.)

In den Warenkorb

2 Koteletts vom Schwein...

0.45 kg **6,00 €**
(13,33 € * / 1 kg)

In den Warenkorb

2 Koteletts vom Schwein...

270 g **4,80 €**
(1,78 € * / 100 g)

In den Warenkorb

2 Minutensteaks (Schwe...

2 Stck. **5,00 €**
(2,50 € * / 1 Stck.)

In den Warenkorb

2 Paar Pfefferbeisser

2 Schweinekoteletts in K...

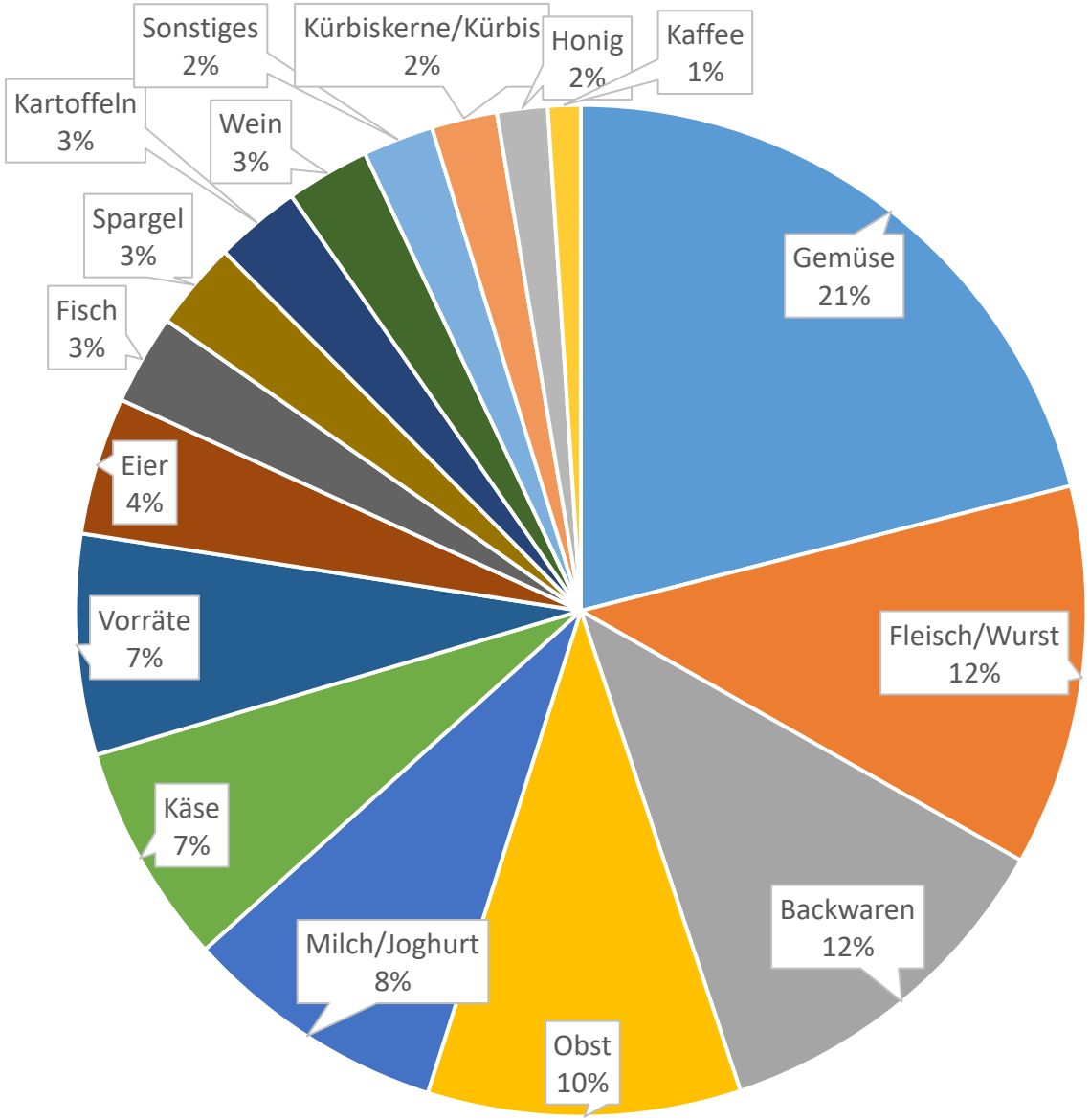
2 Stck. Grill Bauch vom S...

2 zarte Schweineschnitz...

4 Jahreszeiten Tomatenf...

HofladenBOX - Ablauf

2019 – Umsatz nach Kategorie



HofladenBOX Landkreis Fürth - | StMELF Mitarbeiterportal - The

https://www.youtube.com/watch?v=7CVybpb_tWQ

YouTube DE

Suchen

HofladenBOX Landkreis Fürth - Vorstellung und Interviews

670 Aufrufe • 04.07.2018

8 0 TEILEN SPEICHERN

BIO-DIREKTVERMARKTUNG | ENRD

Fürther HofladenBox gewinnt internationalen Preis

Sonntag, 11. April 2021

E-Mail

MEIST GELESEN

RESTART | BADEN-WÜRTTEMBERG
Gastronomieöffnung auch in Innenräumen

LOCKERUNGEN IN BAYERN
Details zur Öffnung der Außengastronomie stehen

Die Gründerinnen des Projekts HofladenBox Mareike Schalk (oben) und Birgit Wegner.

Marktschwärmer.

Besonderheiten

- Die Plattform ist ein reiner Erzeugermarkt, der sich auf Produkte aus dem direkten Umfeld des Angebotsortes beschränkt. Den organisationellen Rahmen einer sogenannten "Schwärmerei" bildet in der Regel eine Erzeugergemeinschaft, die sich um Beschaffung, Verwaltung, Akquisition und Installation der Ausgabe an sich kümmert.

Herausforderungen

- Aufbau des notwendigen Helfernetzwerks vor Ort mittels eigener Vereinsstruktur
- Akquisition von Erzeugern aus der Region mit dem Ziel, ein möglichst breites Sortiment abzubilden
- Marketing, um auf Dauer einen ausreichend großen Kundenkreis zu akquirieren
- Zuverlässigkeit bei der genauen Warenlieferung ist sicherzustellen
- Installation einer Abholstation/ Verteilung an einem geeigneten Ort
- Pflege des laufenden Betriebs (bspw. Überwachung der angebotenen Produktbestände)

cima.

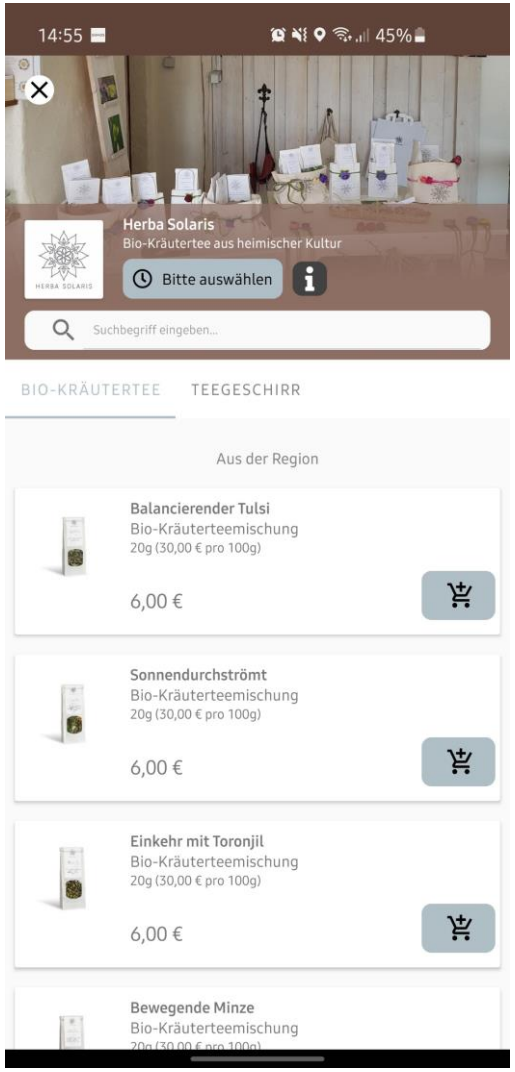
Marktschwärmer.

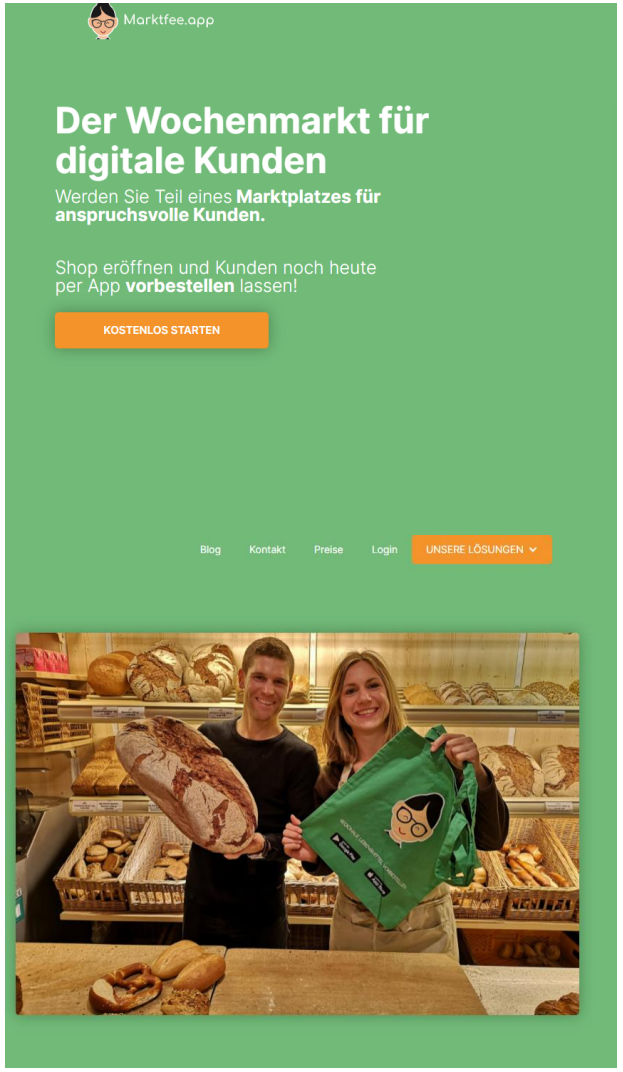
- Aktuell über 90 Schwärmereien im Bundesgebiet mit 1500 regionalen Erzeugern und rund 120.000 Mitgliedern (Kunden)
- Abrechnung (Clearing) erfolgt zu 100% automatisiert und digital zwischen Marktschwärmer und dem Erzeuger bzw. zwischen Marktschwärmer und der Erzeugergemeinschaft
- Ausgabe der Waren erfolgt unter Verwendung von digitalen Anwendungen – d.h., es werden sämtliche Bestellungen papierlos auf den Smartphones der Helfer angezeigt und abgerufen

cima.

Marktfee.

Marktfee





Marktfee.

Besonderheiten

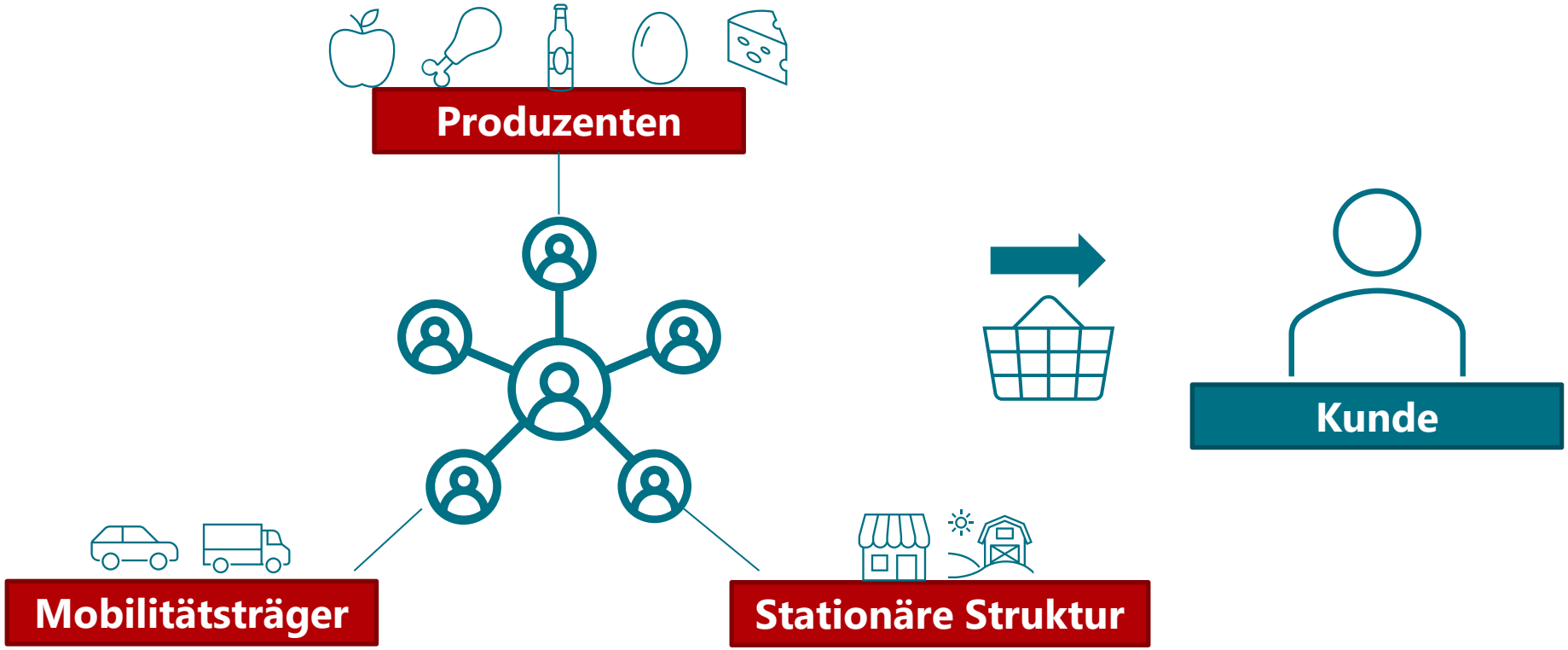
- Fokus auf Stärkung des stationären Angebots und Schließen von Angebotslücken in der Region
- Darstellung einzelner Anbieter mit eigenem Angebot – keine regional abgegrenzten Systeme
- Entwicklung der App in enger Abstimmung zu den Anforderungen aus dem Prozess
- Enge Einbindung lokaler Strukturen, z.B. Nutzung bestehender Liefer- und Kurierwege
- Soziale Komponente durch stationäre „Bestell- und Abholstation“

Herausforderungen in der Entwicklung

- Aufsetzen einer durchgängig gekühlten Lieferkette
- Bereitstellung einer ausreichenden Angebotsbreite in der Projektregion
- Ausgestaltung der „letzten Meter“ zum Kunden

cima.

Grundlegender Aufbau.



! Voraussetzung einer funktionierenden Plattform:
Nutzen für alle Partner im System

cima.

Ausblick: Beteiligung

Nächste Schritte

- **Identifikation** der maßgeblichen Akteure der Region (Produzenten, Mobilitätsträger, Netzwerke, Strukturen etc.)
- **Dialoggespräche** mit Erzeugern und Direktvermarkter über mögliche Umsetzungen und Voraussetzungen einer gemeinsamen Online-Plattform
- **Bürgerbefragung** zu nachfrageseitigen Akzeptanz einer regionalen Online-Plattform
- Überführung in erste Projektansätze und gemeinsame Bearbeitung in Rahmen eines **Workshops**

→ **Der Prozess zielt auf eine starke Beteiligung der vorhandenen Akteure ab. Wir freuen uns über Ihr Mitwirken und Ihre Anregungen.**

→ **Weitere Informationen über das Regionalmanagement Altmühl-Jura: oginski@altmuehl-jura.de – Frau Lena Oginski**

cima.

Altmühl-Jura regionaldigital

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

cima. München

Achim Gebhardt,
Partner, Projektleiter
gebhardt@cima.de

Christoph Hübner
Berater
huebner@cima.de

cima.