



Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und
Verbraucherschutz Baden-Württemberg

📅 20.12.2021

LÄNDLICHER RAUM

Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitforschung zu lokalen Online- Marktplätzen veröffentlicht



Elke Lehnert

Minister Peter Hauk MdL: „Mit dem Erfolgskonzept der lokalen Online-Marktplätze unterstützen wir zukunftsfähige und attraktive Plattformen für unsere Gemeinden im Ländlichen Raum“. Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitforschung veröffentlicht

„Lokale Online-Marktplätze ermöglichen intelligente Brückenlösungen zwischen digitalem und stationärem Geschäft lokaler Händler. Neben der Belebung des innerörtlichen Handels wird mit einem ganzheitlichen Ansatz ein echter Mehrwert für Kommunen, Unternehmen, Vereine und alle Bürgerinnen und Bürger geschaffen. Mit der Digitalisierung können wir Standortvorteile der Ballungsräume ausgleichen und den Ländlichen Raum als Wohn- und Arbeitsort aber auch als Wirtschaftsstandort

noch attraktiver gestalten“, sagte der Minister für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, Peter Hauk MdL, am Montag (20. Dezember) anlässlich der Veröffentlichung des Abschlussberichtes zum wissenschaftlichen Forschungsprojekt ‚Innovationsfähigkeit ländlicher Kommunen - am Beispiel Lokale Online-Marktplätze‘ der Hochschule Ludwigsburg, welche aus wissenschaftlicher Sicht das Modellprojekt der lokalen Online-Marktplätze begleitet hat.

Das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz hatte im November 2018 sieben Kommunen mit Fördermitteln in Höhe von insgesamt 1.227.400 Euro zum Aufbau von Lokalen Online-Marktplätzen im Ländlichen Raum unterstützt. Die örtlichen Nahversorger, Händler und Dienstleister werden auf den Plattformen so miteinander vernetzt, dass Bestellungen und Dienstleistungen mit gleichem Komfort und regionaler Qualität wie bei etablierten Online-Plattformen erfolgen können. Partner des Projekts sind der Gemeindetag Baden-Württemberg und der Handelsverband Baden-Württemberg.

„An den sieben prämierten lokalen Online-Marktplätzen wird eindrucksvoll sichtbar, dass in der Digitalisierung auch große Chancen für die Stärkung des Ländlichen Raums liegen. Der Ideenwettbewerb hat gezeigt, dass Digitalisierung nicht immer nur in wolkigen Schlüsselbegriffen daherkommen muss, sondern einen ganz konkreten praktischen Nutzen für das alltägliche Leben der Menschen stiften kann. Dies in kommunalen Praxisprojekten zu demonstrieren, war immer erklärtes Ziel aller Digitalisierungsinitiativen des Gemeindetags. Mit großer Überzeugung haben wir uns deshalb in die Gestaltung und Durchführung des Programms eingebracht“, zeigte sich Steffen Jäger, Präsident des Gemeindetags Baden-Württemberg, von den Ergebnissen überzeugt.

Die Hochschule für Öffentliche Verwaltung und Finanzen Ludwigsburg hat im Rahmen einer wissenschaftlichen Begleitforschung die Erfolgsfaktoren für die Etablierung von lokalen Online-Marktplätzen identifiziert sowie deren Potenziale offengelegt. Demnach kann der Erfolg nicht allein anhand des erwirtschafteten Umsatzes bemessen werden. Vielmehr liegt das große Potenzial in der Schaffung eines gesellschaftlichen Mehrwerts für die Gemeinden. „Lokale Online-Marktplätze sind keine reine Handelsplattform. Wie auf einem echten Marktplatz sind neben dem Schaufensterbummel auch Informationsaustausch und das kommunale Miteinander möglich. Dieses ganzheitliche Konzept hat sich bewährt und wurde in den teilnehmenden Gemeinden mit großem Engagement umgesetzt“, so Minister Peter Hauk MdL.

Wichtig für den Erfolg eines lokalen Online-Marktplatzes ist insbesondere ein professionelles Projektmanagement in den Kommunen sowie eine entsprechende Anschubfinanzierung. Ebenso kann das Gebiet eines lokalen Online-Marktplatzes auf die Region ausgeweitet werden, indem sich weitere Gemeinden daran beteiligen oder der lokale Online-Marktplatz mit interkommunaler Zusammenarbeit konzipiert wird. Mit der Vernetzung mehrerer lokaler Online-Marktplätze kann – sollte in einem lokalen Online-Marktplatz das Angebot nicht bestehen – dieses aus einem Nachbarort unterbreitet und damit eine größere Angebotsvielfalt bereitgestellt werden. Wenn ein lokaler Online-Marktplatz Teil einer Gesamtstrategie ist und physische mit digitalen Angeboten verknüpft, entsteht ein attraktives Angebot mit einem Mehrwert für alle Beteiligten.

„Auch wenn die Kernkompetenz des stationären Einzelhandels auch in Zukunft vor Ort im eigenen Ladengeschäft liegen wird, nimmt die Digitalisierung eine immer größere Rolle ein. Auf der einen Seite natürlich um Waren zu verkaufen, auf der anderen Seite aber auch, um Sichtbarkeit für das eigene

Geschäft und die eigene Innenstadt zu schaffen und für Kundinnen und Kunden auch online erreichbar zu sein. Hier spielen Lokale Online-Marktplätze eine große Rolle. Deshalb ist es wichtig, dass die Landesregierung die Förderung in diesem Bereich ausweitet“, sagte Hermann Hutter, Präsident des Handelsverbands Baden-Württemberg (HBW).

Das Ziel, die bestehenden Fördermöglichkeiten für lokale Online-Marktplätze landesweit zu etablieren, wurde im Koalitionsvertrag verankert. Die Ergebnisse der wissenschaftlichen Begleitforschung unterstreichen das Ziel der Ausweitung der bestehenden Fördermöglichkeiten für lokale Online-Marktplätze und der Etablierung dieses wichtigen Angebots in der Fläche des Landes deutlich.

Hintergrundinformation:

Den Abschlussbericht zum Forschungsprojekt ‚Innovationsfähigkeit ländlicher Kommunen - am Beispiel Lokale Online-Marktplätze‘ können Sie [hier](#) kostenlos herunterladen.

Über einen Ideenwettbewerb im Jahr 2018 hat das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg die Entstehung von lokalen Online-Marktplätzen gefördert. Damit sollen für den Ländlichen Raum Verbesserungen im Bereich der Nahversorgung durch digitale Lösungsansätze erprobt werden. Ziel ist eine Stärkung des innerörtlichen Handels durch einen lokalen Online-Marktplatz.

Mit diesem sollen Bestellungen mit regionaler Qualität, lokalem Bezug und gleichem Komfort wie bei großen E-Commerce-Plattformen erfolgen können. Gleichzeitig soll neben dem Marktplatzgedanken auch ein umfangreiches Informationsangebot auf einer digitalen Plattform platziert werden, welches passgenau auf die Kommunen oder Regionen vor Ort zugeschnitten ist.

Gewinner-Kommunen mit Förderbetrag:

- Murrhardt (Regierungsbezirk Stuttgart): 121.000,- EUR
- Laichingen (Regierungsbezirk Tübingen): 200.000,- EUR
- Schönbrunn+Spechbach (Regierungsbezirk Karlsruhe): 186.400,- EUR
- Oberndorf a.N. (Regierungsbezirk Freiburg): 200.000,- EUR
- Weingarten (Regierungsbezirk Tübingen): 200.000. EUR
- Heidenheim (Regierungsbezirk Stuttgart): 160.000,- EUR
- Blaubeuren (Regierungsbezirk Tübingen): 160.000,- EUR

Gesamtförderung: 1.227.400,- EUR

Link dieser Seite:

<https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-service/presse-und-oeffentlichkeitsarbeit/pressemitteilungen/pressemitteilung/pid/ergebnisse-der-wissenschaftlichen->

[begleitforschung-zu-lokalen-online-marktplaetzen-veroeffentlicht/?cHash=8f5ee72d696378dfe8ee8f11f0cd9675&type=98](#)