Dokumentation der Ergebnisse II:

Online-Präsenz-Check Innenstadt Frechen

Anstoß eines Zentrenmanagements in der Innenstadt Frechen

Gudula Böckenholt (Projektleiterin)

Helge Harnack (Berater) und Nadine Voß (Beraterin)

I. Einführung

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

Einführung

Struktur- und Funktionswandel der Innenstädte

zunehmender Online-Handel

Digitalisierung

FOLGEWIRKUNGEN AUF DIE INNENSTÄDTE DURCH DIE CORONA-PANDEMIE UND DURCH DEN KRIEG IN DER UKRAINE

Nachfolgeproblematik

„Erlebniseinkauf“

veränderte Kundenansprüche

→ vom ehemals reinen Markt- und Handelsplatz zur multifunktionalen und emotionalen Destination

Quelle: cima 2022

Zeichnung: Rosenthal / cima 2021

Einführung
Kaufprozess

Der Kaufprozess hat sich geändert: Die Produktsuche beginnt zu Hause auf der Couch!

Traditionell – im stationären Einzelhandel

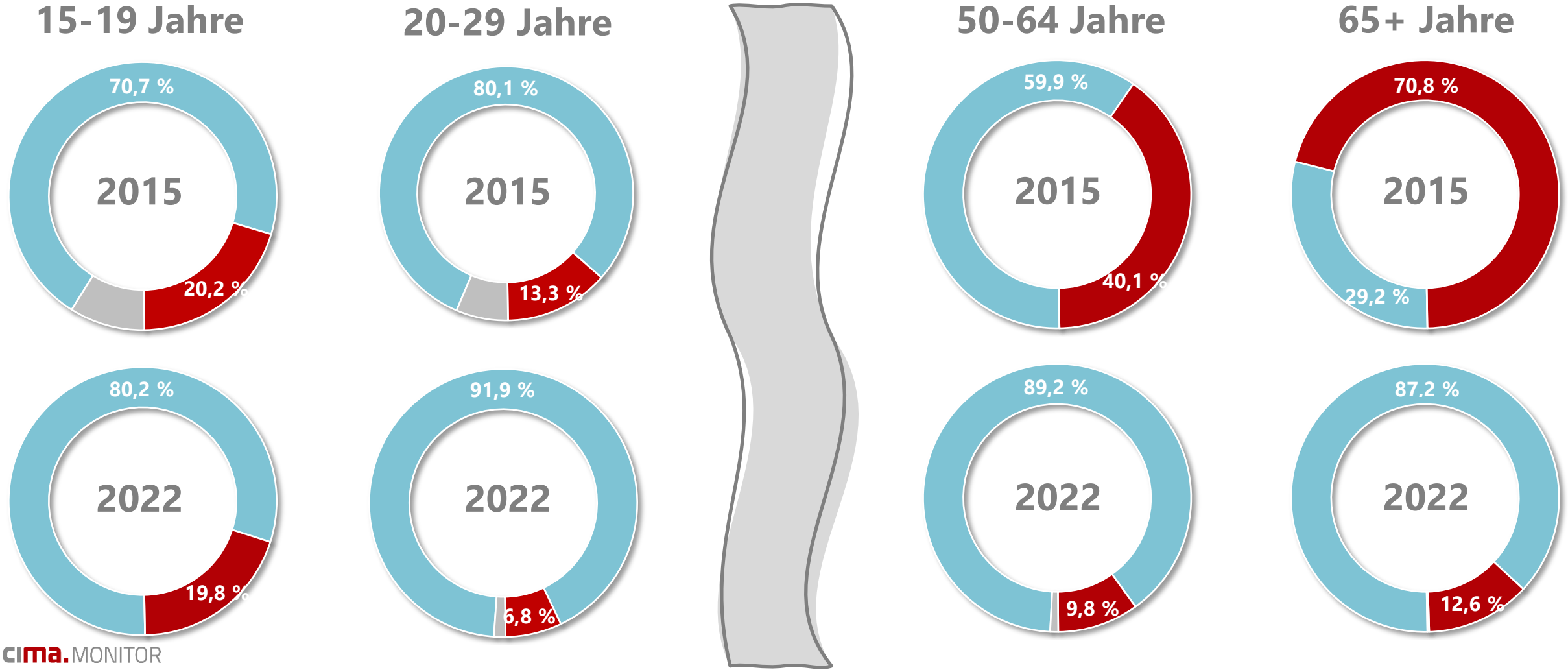
Neu – beeinflusst durch das Internet

Quelle: eigene Darstellung nach Boersma 2011

Einführung

Stationär vs. online

„Haben Sie im vergangenen Jahr auch online eingekauft?“



Einführung

Frequenzverlust in deutschen Innenstädten

Die veränderten Rahmenbedingungen bergen die Gefahr von Geschäftsaufgaben und neuen Leerständen

Ehemals durch Handelsbetriebe genutzte Ladenlokale werden zunehmend durch gastronomische Einrichtungen, Dienstleistungs-nutzungen oder Vergnügungsstätten genutzt

Quelle: cima 2022; Zeichnung: Rosenthal/cima

Einführung

Digitalisierung im stationären Einzelhandel

Aber:
Die Digitalisierung bietet auch viele Möglichkeiten für den stationären Handel!

Wie hole ich den Kunden von der Couch in die Stadt?

II. Online-Präsenz des Frechener Gewerbes

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

I. Online-Präsenz des Frechener Gewerbes

cima.

Nutzungskartierung

- räumliche Verteilung der Nutzungsarten
- Lage von Magnetbetrieben
- Anzahl der Leerstände
- Intensität der Nutzungsdurchmischung

City-Qualitäts-Check

- Untersuchung qualitativer Merkmale im Einzelhandel
- Zielgruppen- und Qualitätsorientierung
- Warenpräsentation und Ladengestaltung

Online-Präsenz-Check

- detaillierte Auskunft über die Online-Sichtbarkeit der Gewerbetreibenden
- Präsenz in lokalen Online-Verzeichnissen
- Engagement Social Media
- Analysen für SEO-Onsite (Grundgerüst der Website), Technik und Inhalt sowie Rankingfaktoren für den dt. Zielmarkt
- Digitale Maßnahmen zur Verkaufsförderung / Kundenbindung
- E-Commerce-Aktivität wie Online-Shop oder Marktplatz-Präsenz

Analyse leerstehender und mindergenutzter Landenlokale

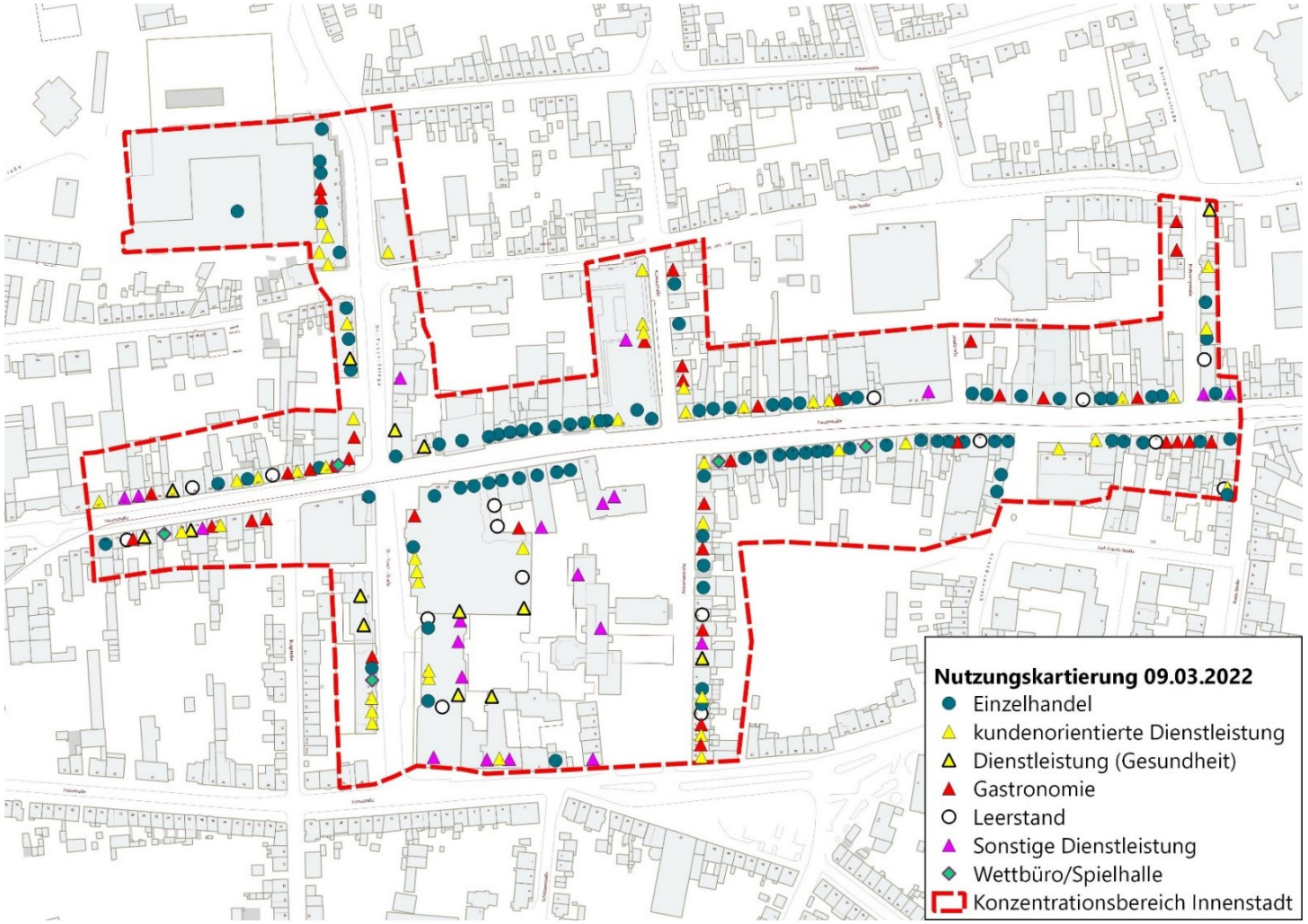
- Bewertung der Standortkriterien (u. a. Verkaufsflächengröße (wenn möglich)
- barrierefreier Zugang
- bauliche Attraktivität
- Umfeldnutzungen
- mögliche (alternativer) Nutzungen

Vor-Ort-Gespräche

- Aufbau eines persönlichen Netzwerks mit lokalen Akteuren
- Weitergabe von lokalem Wissen
- regelmäßiger Austausch und Kontaktpflege

I. Online-Präsenz des Frechener Gewerbes

Nutzungskartierung Erhebung 2021



- 93 Einzelhandelsbetriebe
- 62 Dienstleister
- 38 Gastronomiebetriebe
- 21 sonstige Nutzungen
- 5 Spielhallen / Wettbüros
- 16 Leerstände

insgesamt wurden 235 Ladenlokale erhoben

Im Rahmen des Online-Präsenz-Checks wurde die digitale Sichtbarkeit von insgesamt **92 Unternehmen und Einrichtungen** im Zentrum von Frechen geprüft.

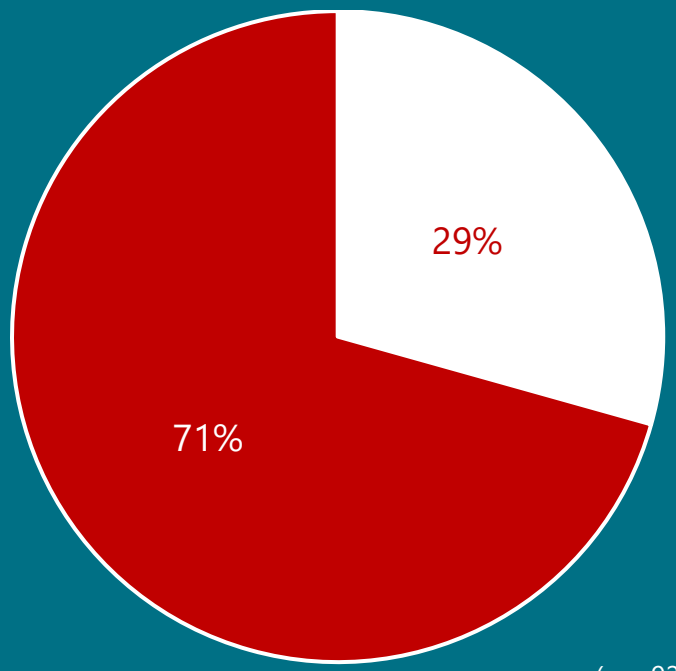
*In der Nutzungskartierung 2022 wurden ausschließlich die Nutzungen in der Erdgeschosszone erhoben.

Ergebnis: Online-Präsenz-Check Frechen

E-Commerce Tätigkeiten

E-Commerce Tätigkeit vorhanden
E-Commerce Tätigkeit nicht vorhanden

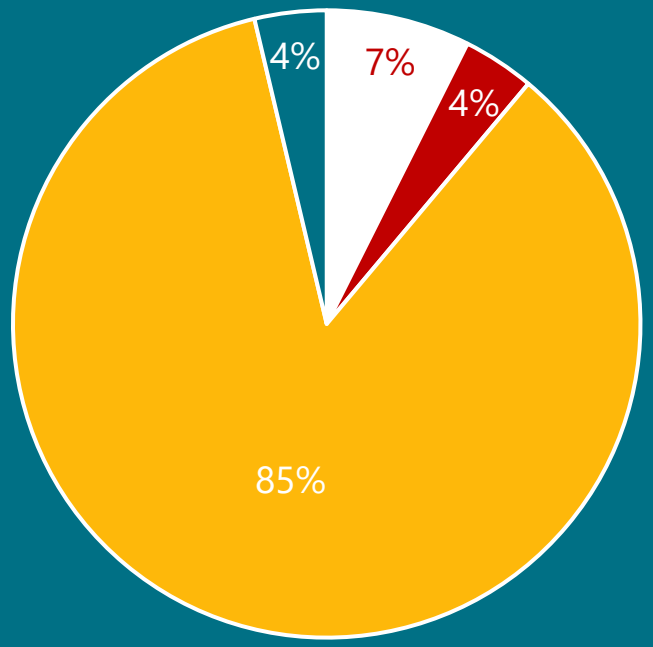
E-COMMERCE



(n = 92)

Eigener Online-Shop
Online-Schaufenster
Online-Shop via Muttergesellschaft
Online-Marktplatz

E-COMMERCE ART



(n = 27)

Google-Sichtbarkeit

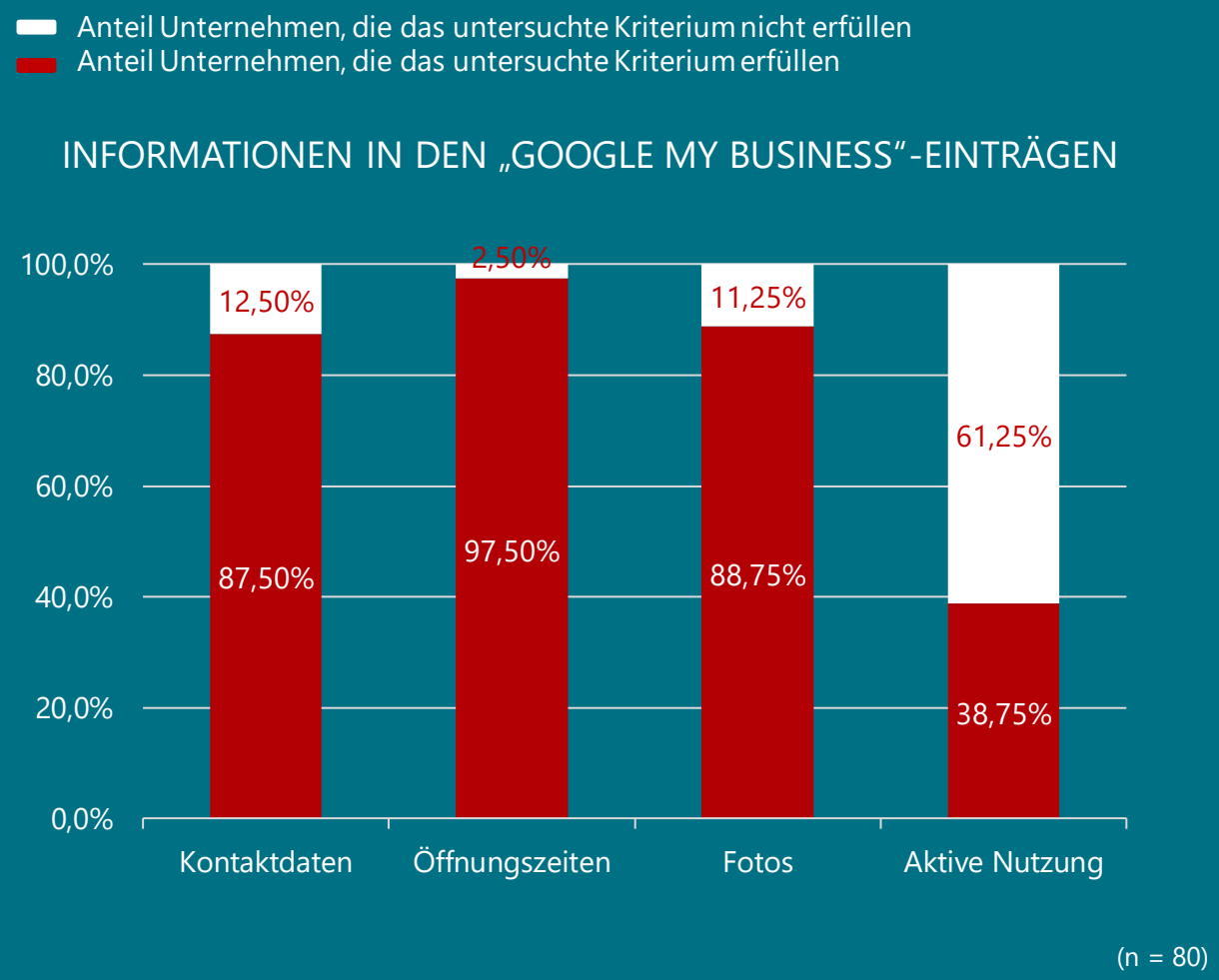
– Gesamtbetrachtung Auffindbarkeit in Google –

Google und die Google angeschlossenen Plattformen besitzen aufgrund der hohen Nutzerzahlen aktuell eine besonders hohe Relevanz. Die Nutzung dieser Plattformen erhöht die digitale Sichtbarkeit und somit auch die Auffindbarkeit eines Unternehmens. Dementsprechend gilt es, möglichst professionell und umfassend präsent zu sein. Nur wer seinen Google Eintrag „claimt“, also für sich beansprucht und verwaltet, kann die Qualität der zur Verfügung gestellten Informationen sicherstellen. Gleichermaßen muss auch die Website eines Unternehmens möglichst suchmaschinenoptimiert aufgebaut sein.

Online-Präsenz-Check Frechen

Google My Business: Informationsgehalt

cima.digital



Die Basisinformationen der Google My Business-Einträge sind sehr selten lückenhaft. Es liegt im Interesse jedes Unternehmens und jeder Einrichtung, die Richtigkeit und Vollständigkeit der Informationen sicherzustellen. Dies nimmt kaum Zeit in Anspruch.

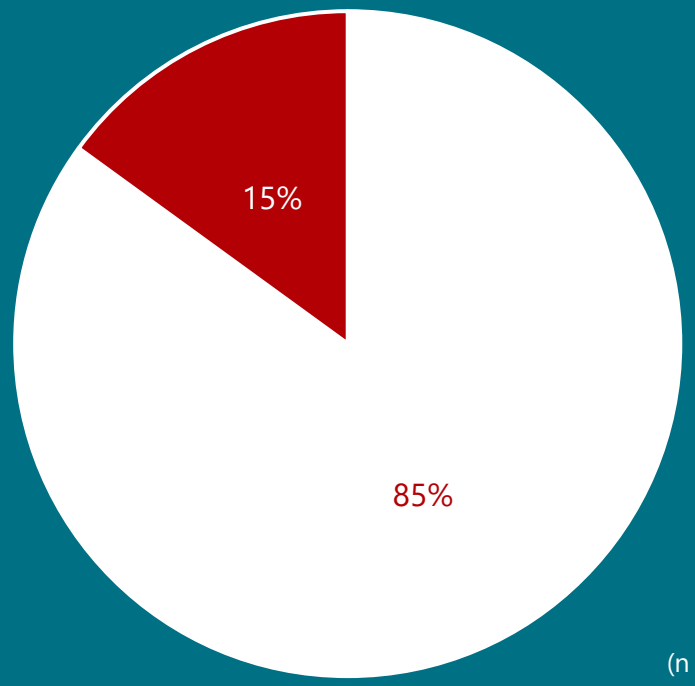
Nur 38,75% der GMB-Einträge in Frechen werden aktiv vom Geschäftsinhaber gepflegt. Das heißt, er reagiert auf Rezensionen und Fragen oder er postet aktuelle Informationen - z. B. über anstehende Veranstaltungen und Aktionen.

Online-Präsenz-Check Frechen

Google My Business: Basisinformation

Anteil Unternehmen, die das untersuchte Kriterium erfüllen
Anteil Unternehmen, die das untersuchte Kriterium nicht erfüllen

GOOGLE MY BUSINESS „VERIFIED“



(n = 80)

Google erstellt mittlerweile schon sehr häufig automatisiert Google My Business-Einträge zu Unternehmen. Um die Informationen zu verändern, muss die Inhaberschaft des Eintrages beantragt werden.

Online-Präsenz-Check Frechen

Google My Business

cima.digital

Besonders wichtig ist u. a. die aktive Nutzung durch das Veröffentlichen von Angeboten oder Veranstaltungen und die Kommunikation mit den Kund*innen durch Kommentare und Antworten bei Rezensionen und Fragen.

Knapp 39 % der untersuchten Unternehmen nutzen Google My Business aktiv, um mit ihren Kund*innen zu interagieren.

Hier besteht in Frechen dringender Handlungsbedarf!

Unternehmens-Website

– Gesamtbetrachtung der Homepage-Qualität –

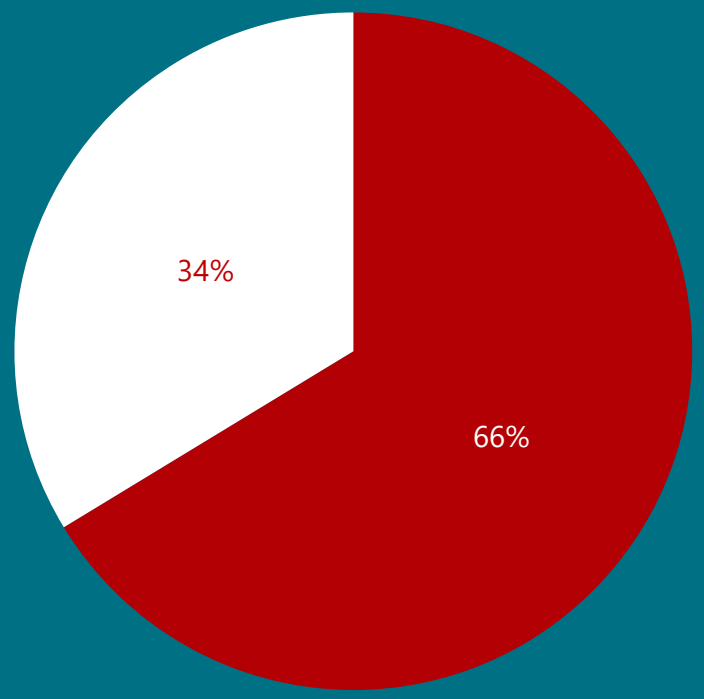
Die Unternehmenswebsite ist die Visitenkarte eines Unternehmens im Web. Jeder Zweite, der online nach Produkten oder Firmen gesucht hat, besucht danach ein stationäres Ladengeschäft. Demzufolge werden auch die Unternehmen häufiger frequentiert, die online auffindbar sind. Vor allem die Listung bei Google ist hierbei von Bedeutung. Eine Website, die nicht über eine Suchmaschine gefunden werden kann, ist vergleichbar mit einem Flyer, der nicht verteilt wird.

Online-Präsenz-Check Frechen

Webseite: Basisinformation

Anteil Unternehmen, die das untersuchte Kriterium nicht erfüllen
Anteil Unternehmen, die das untersuchte Kriterium erfüllen

WEBSEITE VORHANDEN



(n = 92)

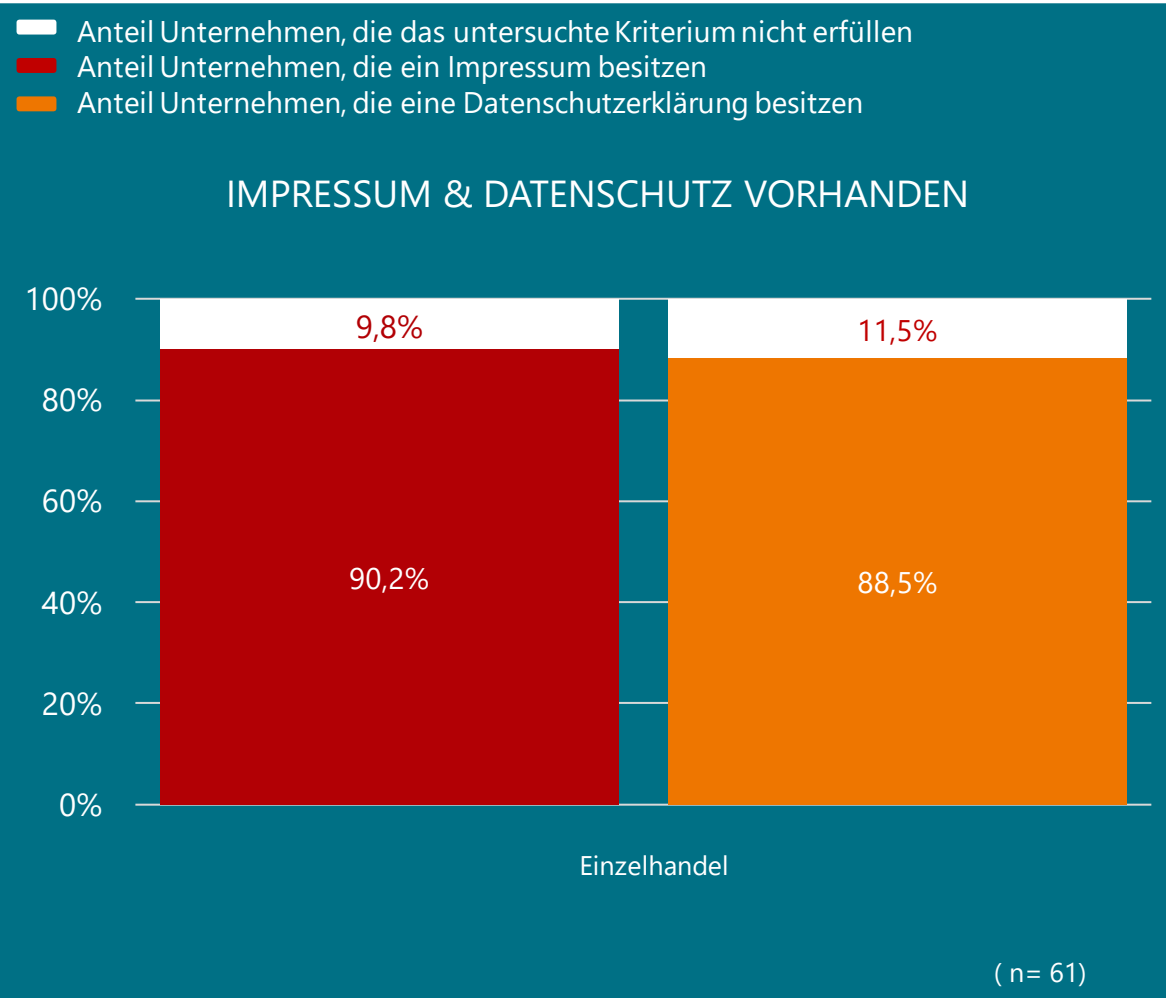
In Frechen besitzt zwei Drittel der untersuchten Unternehmen und Einrichtungen (66 %) eine eigene Website. Es gibt allerdings auch 31 Gewerbetreibende, die über keine eigene Website verfügen. Auffällig ist, dass es sich dabei überwiegend um inhabergeführte Geschäfte handelt.

Mithilfe von Baukästen-Tools lässt sich eine eigene Webseite heutzutage recht einfach und günstig sowie ohne eigene Programmier-Kenntnisse erstellen. Ein zu hoher Kosten- oder Zeitaufwand können nicht als Ausrede für das Fehlen einer eigenen Webseite dienen.

Online-Präsenz-Check Frechen

Webseite: Impressum & Datenschutz

cima.digital



Um eine rechtskonforme Webseite bereitzustellen, ist es notwendig, ein Impressum und eine Datenschutzerklärung als Unterseite zu haben.

In Frechen gibt es vereinzelt Unternehmen und Einrichtungen, die auf ihren Webseiten kein Impressum und / oder eine Datenschutzerklärung bereitstellen. Insgesamt verfügen 90 % der untersuchten Webseiten über ein Impressum. 89 % der Unternehmen verfügen über eine Datenschutz-erklärung. Hier ist dringend Handlungsbedarf geboten. Den Seitenbetreibern drohen Abmahnung und Strafe.

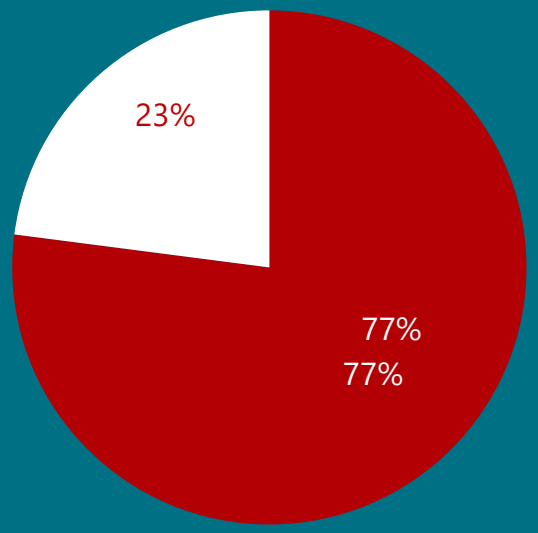
Online-Präsenz-Check Frechen

Webseite: Cookie-Abfrage

cima.digital

Anteil Unternehmen, die das untersuchte Kriterium nicht erfüllen
Anteil Unternehmen, die das untersuchte Kriterium erfüllen

COOKIE-ABFRAGE VORHANDEN



(n = 61)

Bei fast jedem Besuch einer Webseite werden Informationen über den Nutzer im Browser gespeichert und analysiert. Es handelt sich dabei um die sogenannten Cookies. Gründe dafür können unter anderem die Analyse der Vorlieben und Interessen oder des Surfverhaltens des Nutzers sein.

Beim erstmaligen Aufrufen einer Website muss jeder Besucher gefragt werden, welche Cookies geladen werden dürfen und welche nicht.

77 % der untersuchten Webseiten in Frechen verfügen über eine Cookie-Abfrage.

Hier ist dringend Handlungsbedarf geboten. Den Seitenbetreibern drohen Abmahnung und Strafe.

Social Media

– Gesamtbetrachtung Präsenz in sozialen Medien –

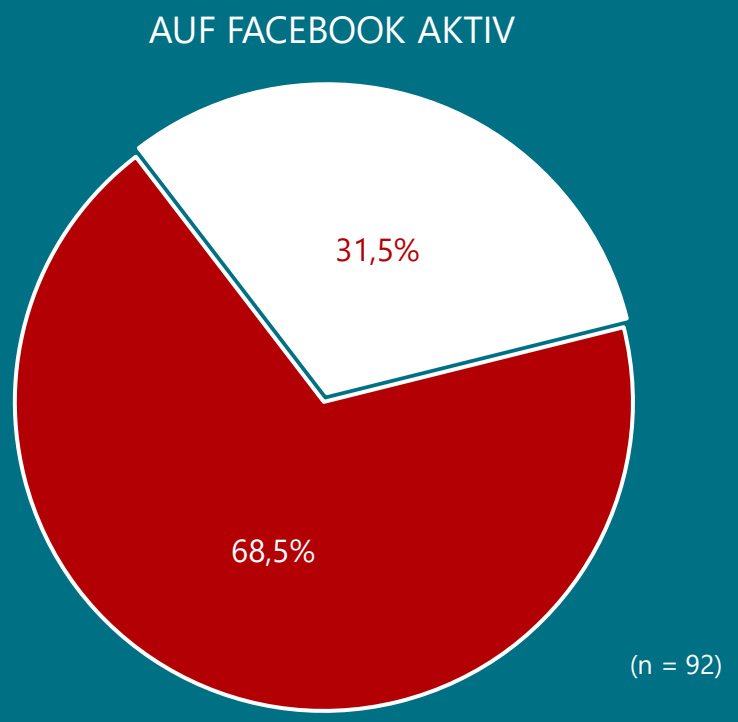
Social Media ist die Gesamtheit der digitalen Technologien und Medien wie Webblogs, soziale Netzwerke usw., über die NutzerInnen miteinander kommunizieren und Inhalte austauschen können. Auf Grund des großen Nutzerspektrums liegt es nahe, dass Unternehmen auf diesen Plattformen sich selbst und die eigene Angebotspalette präsentieren.

Online-Präsenz-Check Frechen

Social Media: Facebook

cima.digital

Anteil Unternehmen, die keinen Facebook-Account besitzen
Anteil Unternehmen, die einen Facebook-Account besitzen



Facebook bietet eine direkte Vernetzungsmöglichkeit mit dem Kunden und gehört deswegen zu den wichtigsten sozialen Medien für Unternehmen.

In Frechen besitzen 68,5 % der untersuchten Unternehmen einen Facebook-Account. 31,5 % sind nicht auf Facebook anzutreffen.

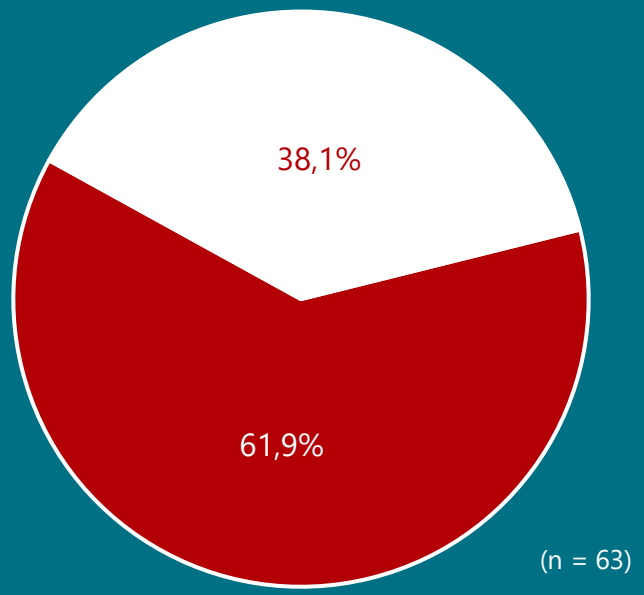
Online-Präsenz-Check Frechen

Social Media: Facebook

cima.digital

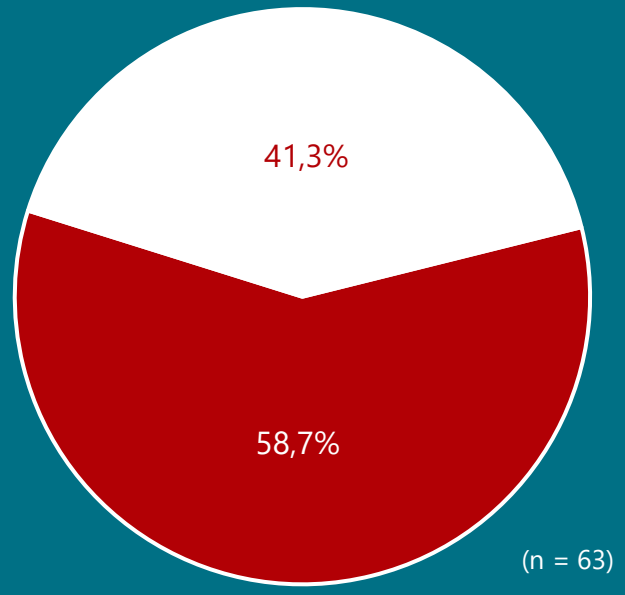
Anteil Unternehmen, die das untersuchte Kriterium nicht erfüllen
Anteil Unternehmen, die das untersuchte Kriterium erfüllen

FACEBOOK ACCOUNT GEPFLEGT



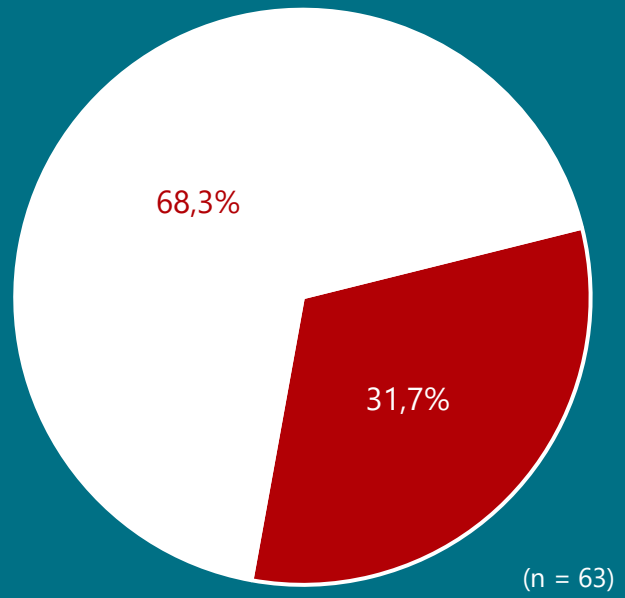
Informationen (besonders Öffnungszeiten) ergänzt

KOMMUNIKATION AKTUELL



Post innerhalb der letzten Woche

INTERAKTION MIT KUNDEN



Antwort auf Rückfragen in Form von Kommentaren bei Beiträgen

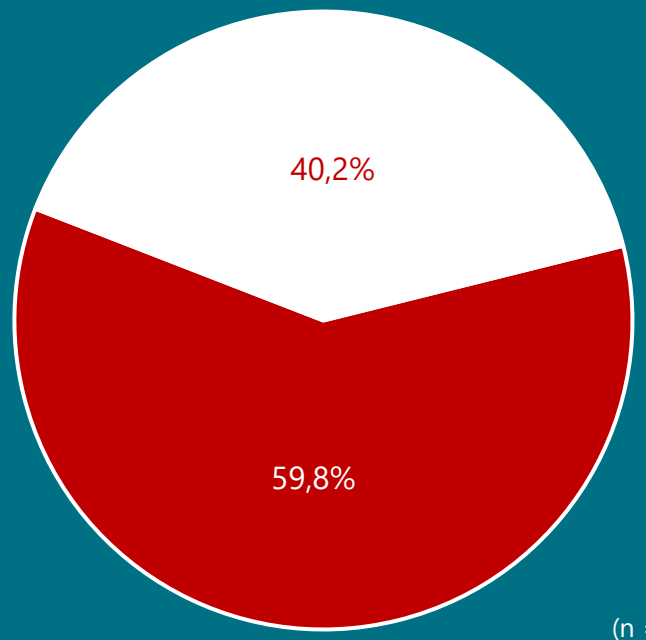
Online-Präsenz-Check Frechen

Social Media: Instagram

cima.digital

Anteil Unternehmen,. die keinen Instagram-Account besitzen
Anteil Unternehmen, die einen Instagram-Account besitzen

AUF INSTAGRAM AKTIV



(n = 92)

Instagram als Blog für Fotos und Videos ist mittlerweile ein sehr bekanntes Soziales Netzwerk.

60 % der Unternehmen in Frechen besitzen einen Instagram-Account. Die restlichen 40 % sind auf Instagram nicht zu finden. Hier besteht dringender Nachholbedarf, um v. a. auch jüngere Zielgruppen zu erreichen.

Cross-Marketing

– Betrachtung Verknüpfung der Online-Kanäle –

Die Online-Präsenz eines Unternehmens sollte über verschiedene Kanäle gestreut sein. Denn zum einen liefern ein Brancheneintrag, eine Website oder die Präsenz in Sozialen Medien jeweils einen anderen Informationsgehalt und zum anderen unterscheiden sich Nutzerpräferenzen der Kunden. Idealerweise ergänzen sich die Kanäle dabei. So sind im Sinne des „Cross-Marketings“ in eine Webpräsenz Hinweise auf weitere Kanäle des Unternehmens einzubauen.

Online-Präsenz-Check Frechen

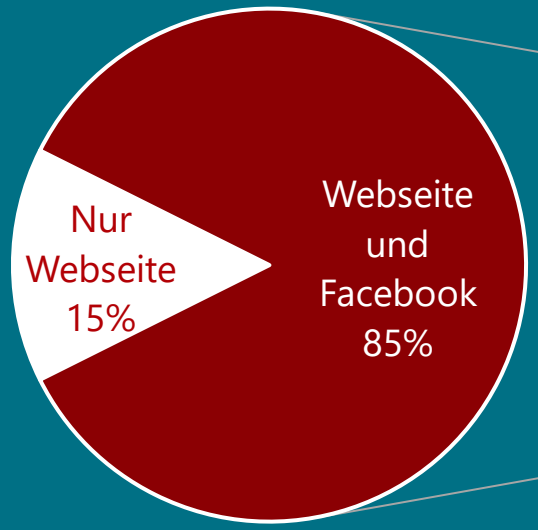
Cross-Marketing Social Media

cima.digital

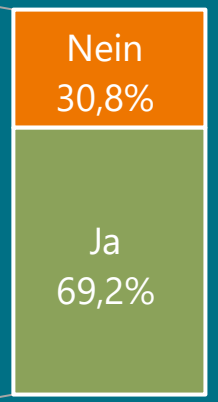
Anteil Unternehmen nur Webseite
Anteil Unternehmen Webseite & Social Media
Anteil Unternehmen mit Button auf Webseite
Anteil Unternehmen ohne Button auf Webseite

CROSS-MARKETING VON WEBSEITE ZU FACEBOOK

Einsatz einer Webseite und einer Facebook Seite

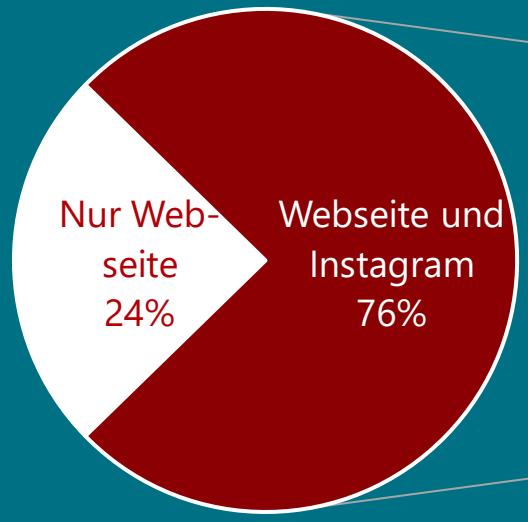


Verknüpfung durch Integration eines FACEBOOK-BUTTON auf der Webseite

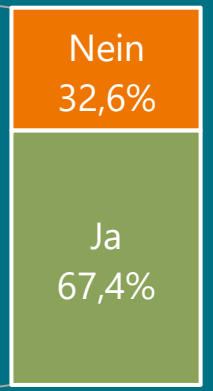


CROSS-MARKETING VON WEBSEITE ZU INSTAGRAM

Einsatz einer Webseite und einer Instagram Seite



Verknüpfung durch Integration eines INSTAGRAM-BUTTON auf der Webseite

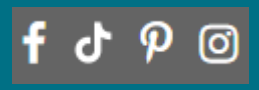


Online-Präsenz-Check Frechen

Cross-Marketing Social Media

cima.digital

Mayersche Frechen



WED2B Frechen

Wollabella

tülträume Brautboutique

Ein YOUTUBE-BUTTON ist auf 17 der Webseiten eingebunden.

Ein PINTEREST-BUTTON findet sich auf acht Webseiten.

Neben den bereits genannten Social-Media-Kanälen wird auf einzelnen Webseiten auch auf Twitter, TikTok, Snapchat sowie Linked-In verwiesen.

Bei Cross-Marketing muss besonderer Wert auf die Verlinkung des richtigen Profils gelegt werden. Denn eine Social-Media-Verlinkung bringt nur etwas, wenn sie funktioniert.

Bildquellen: screenshots, VB

Online-Präsenz-Check Frechen

Sofortmaßnahmen: Selbsthilfe Social Media Präsenz

cima.digital

Social Media gewinnt immer mehr an Bedeutung. Vor diesem Hintergrund ist die direkte Ansprache und Kommunikation mit dem Kunden über die verschiedenen Kanäle von großer Wichtigkeit.

In Frechen verfügen viele Betriebe über einen oder mehrere Social Media Profile. Diese gilt es stets aktuell zu halten. Durch eine Verlinkung des Social Media Profils auf der Webseite (Cross-Marketing) kann ein Betrieb seine Sichtbarkeit und Reichweite aktiv erhöhen. In Frechen wird vergleichsweise wenig Cross-Marketing betrieben, obwohl es durchaus ratsam ist, die restlichen, vorhandenen Profile mit der eigenen Webseite zu verknüpfen.

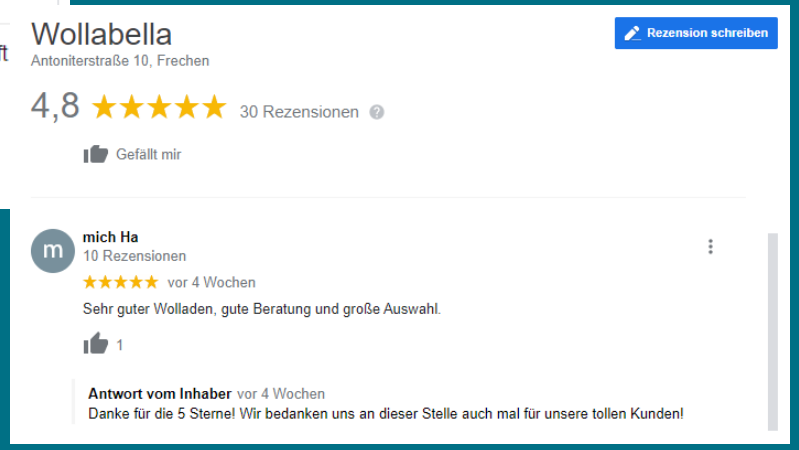
Durch das Posten von aktuellen Angeboten in Form von Beiträgen auf Facebook oder Instagram und das Einstellen von Stories oder Highlights werden Kunden gezielt angesprochen.

Durch Kommunikation mit dem Kunden in Form von Likes, Antworten oder Kommentaren wird Kundennähe gezielt vermittelt und die Qualität des Social Media Auftritts verbessert.

Online-Präsenz-Check Frechen

Lokale Best Practice Beispiele: Google My Business

WOLLABELLA



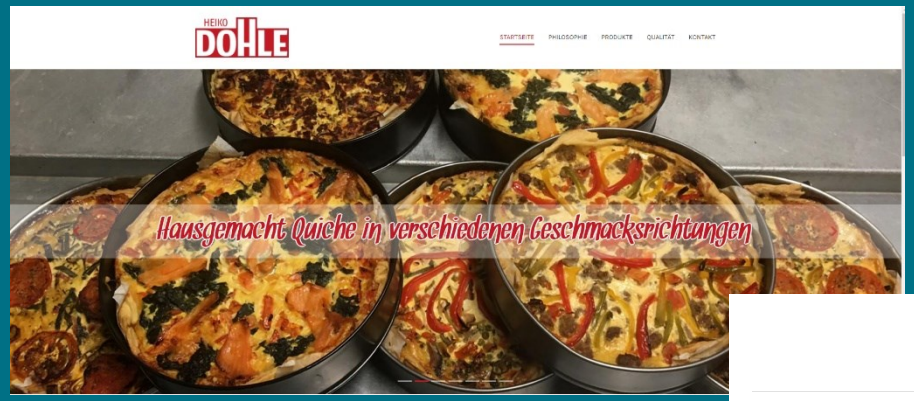
- ✓ Telefonnummer aktualisiert
- ✓ Öffnungszeiten angegeben
- ✓ Webadresse der Homepage angegeben
- ✓ Aussagekräftige Bilder
- ✓ Gute Bewertungen (> 4.0)
- ✓ Interaktion mit dem Kunden
- ✓ Beschreibung

Bildquellen: screenshots, VB

Online-Präsenz-Check Frechen

Lokale Best Practice Beispiele: Webseite

METZGEREI HEIKO DOHLE



https://www.metzgerei-dohle.de

Quicklinks

Kontakt
Impressum
Datenschutz

Kontakt

Heiko Dohle
Hauptstrasse 72
50226 Frechen

Tel.: 02234-58298
info@metzgerei-dohle.de

Cookies helfen uns bei der Bereitstellung unserer Dienste. Durch die Nutzung unserer Website, erklären Sie sich damit einverstanden, dass wir Cookies setzen. OK Weitere Informationen

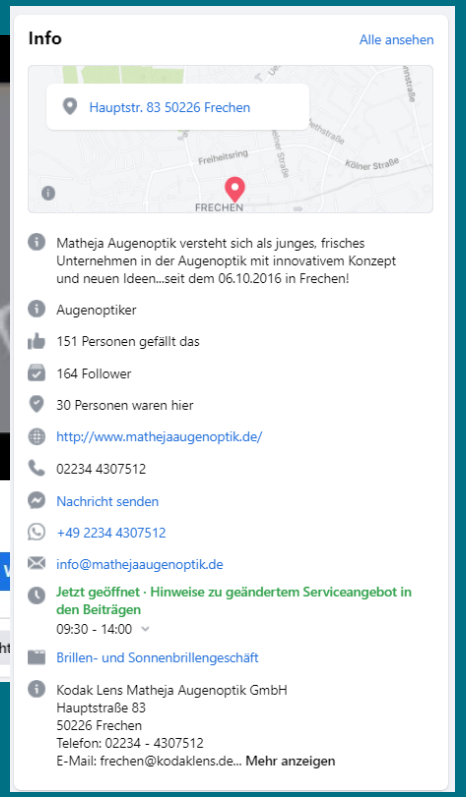
- ✓ Schnelle Kontaktmöglichkeit
- ✓ Impressum und Datenschutzerklärung für eine rechtskonforme Website
- ✓ Proaktive Cookie-Abfrage bei Laden der Website
- ✓ SSL-Verschlüsselung
- ✓ Optimierung für mobile Geräte

Bildquellen: screenshots, VB

Online-Präsenz-Check Frechen

Lokale Best Practice Beispiele: Facebook

MATHEJA AUGENOPTIK GMBH



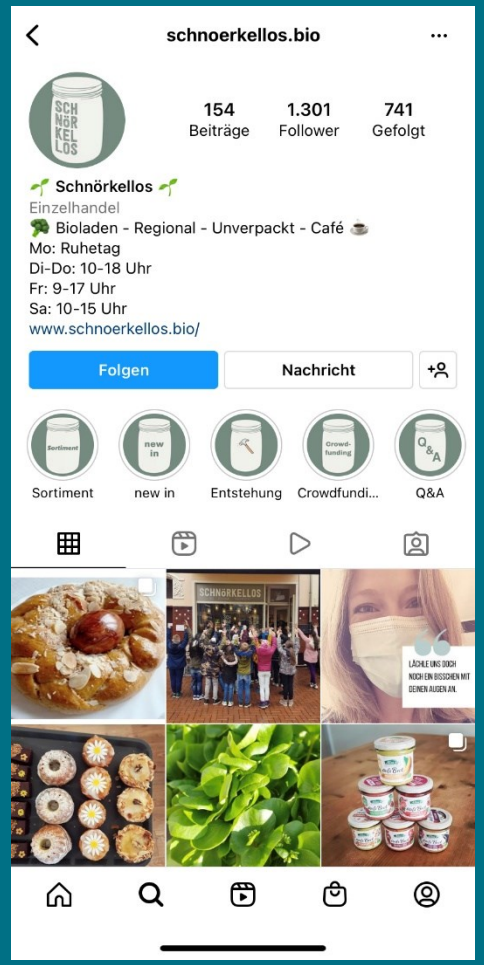
- ✓ Gepflegter Account mit allen wichtigen Basisinformationen
- ✓ Regelmäßige Kommunikation durch Veröffentlichung von Posts
- ✓ Kommunikation mit Kunden
- ✓ Aussagekräftige Bilder

Bildquellen: screenshots, VB

Online-Präsenz-Check Frechen

Lokale Best Practice Beispiele: Instagram

SCHNÖRKELLOS



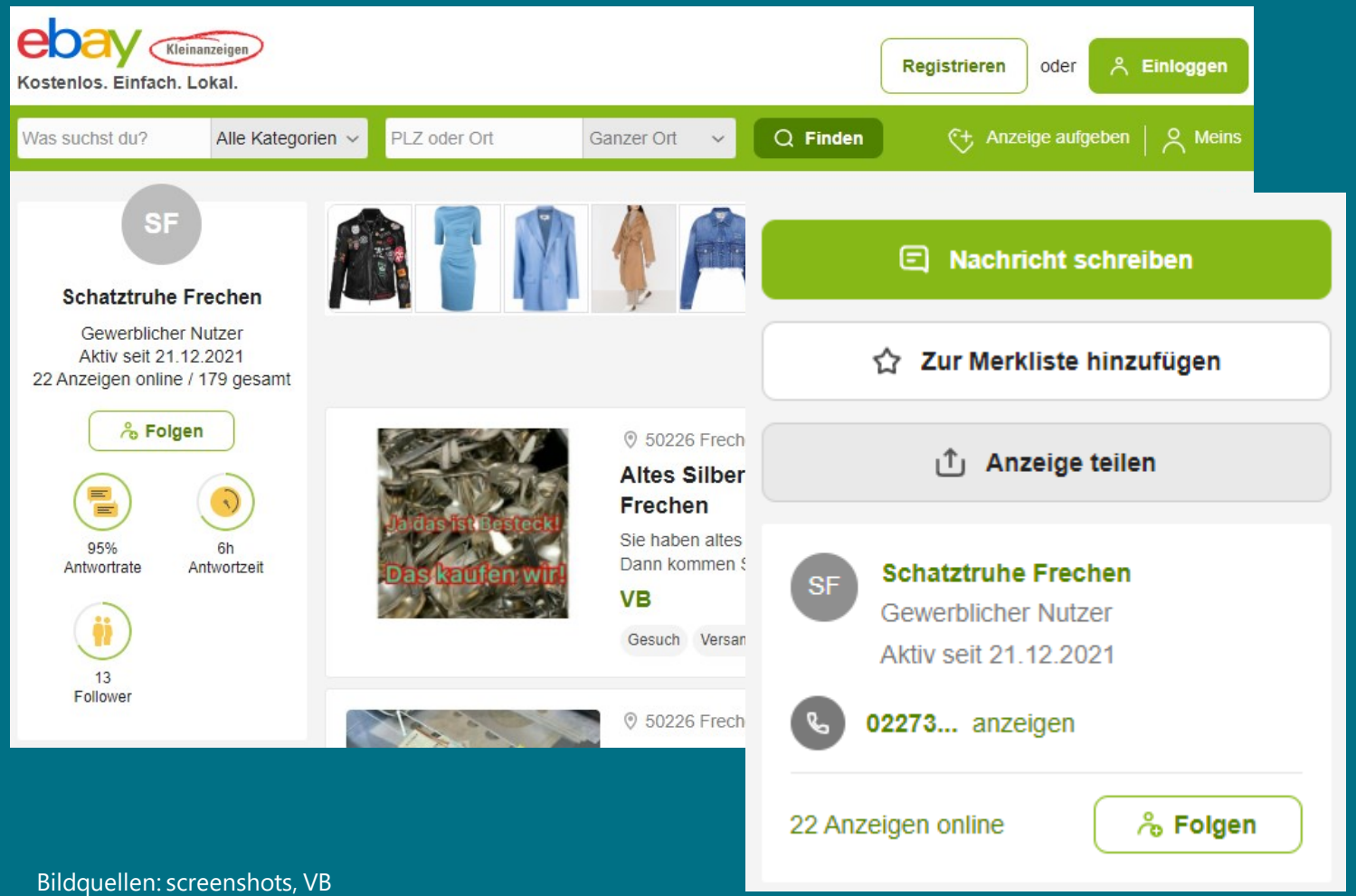
- ✓ Gepflegter Account
- ✓ Aussagekräftige, einheitliche Bilder
- ✓ Regelmäßige Kommunikation durch Veröffentlichung von Posts und Stories
- ✓ Gruppierung von Kernkompetenzen + Zusammenfassung der Stories auf dem Profil in Highlight-Buttons
- ✓ Interaktion mit dem Kunden

Bildquellen: screenshots, VB

Online-Präsenz-Check Frechen

Lokale Best Practice Beispiele: Online-Marktplatz

SCHATZTRUHE FRECHEN



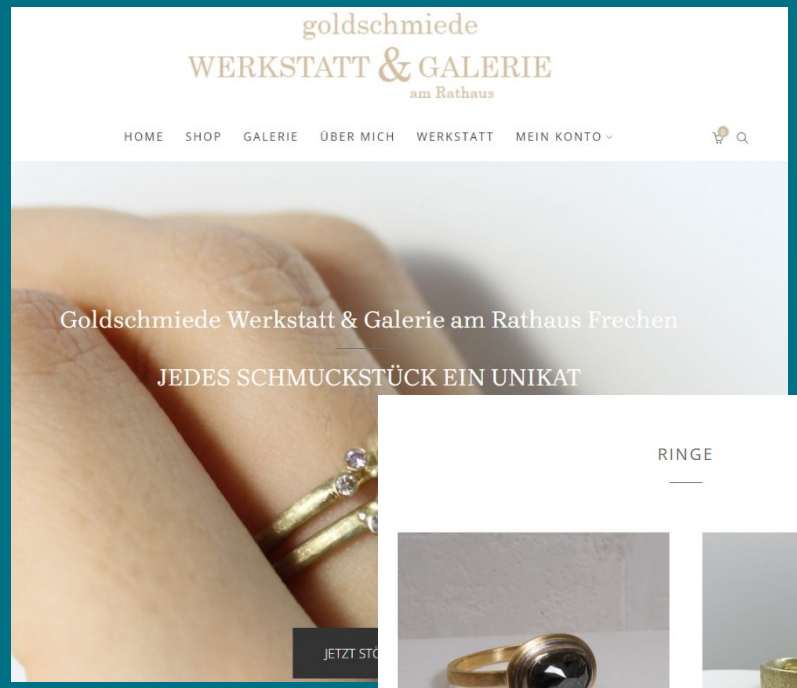
- ✓ Erhöhte Reichweite und Sichtbarkeit
- ✓ Kontaktmöglichkeit

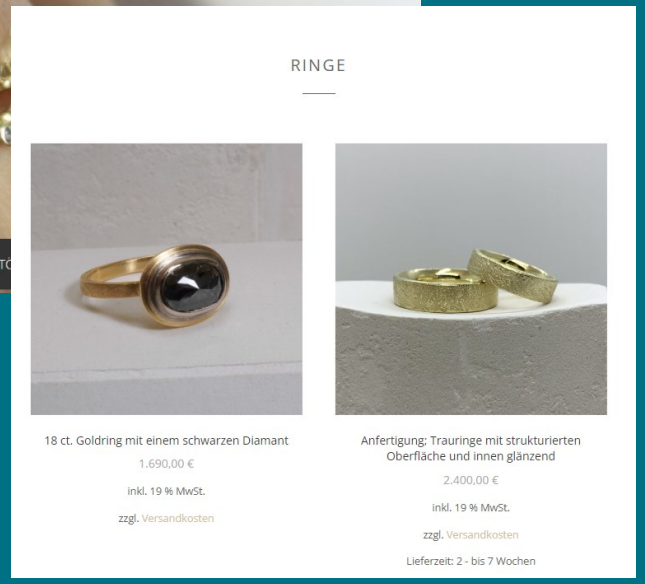
Bildquellen: screenshots, VB

Online-Präsenz-Check Frechen

Lokale Best Practice Beispiele: Online-Shop

GOLDSCHMIEDE WERKSTATT & GALERIE AM RATHAUS FRECHEN





- ✓ Erhöhte Reichweite und Sichtbarkeit
- ✓ Vielfältige Produktauswahl mit einheitlichen Bildern
- ✓ Produkt-Suche mit Filtern

Bildquellen: screenshots, VB

Online-Präsenz-Check Frechen

Zusammenfassung Online-Präsenz-Check

- Untersucht wurden insgesamt 92 Einzelhandelsbetriebe (davon 51 % inhabergeführt, 49 % filialisiert).
- 80 der 92 untersuchten Unternehmen können einen Google My Business-Eintrag vorweisen. Aktiv genutzt bzw. bespielt wird die Plattform jedoch von nur knapp 39 %.
- 31 Betriebe besitzen keine eigene Website. Diejenigen Betriebe, die keine eigene Website haben, sind nahezu ausschließlich inhabergeführt.
- Weiterhin verfügen 51 Unternehmen über mehr als einen Social-Media-Kanal. Dabei ist festzuhalten, dass Facebook etwas weniger stark genutzt wird. Auch die Informationsweitergabe, Kommunikation und Interaktion mit Kunden wird auf Instagram aktiver betrieben. 26 untersuchte Unternehmen können keinen Social-Media Eintrag vorweisen.
- In Frechen wird vergleichsweise wenig Cross-Marketing betrieben. Eine Verlinkung der Social-Media-Profile auf der Website ist jedoch empfohlen, nicht nur um die Sichtbarkeit, sondern auch die Reichweite aktiv zu erhöhen.
- Festzuhalten ist, dass insgesamt zehn der 92 untersuchten Betriebe in Frechen im Internet für ihre Kunden nicht auffindbar sind. Diese Unternehmen können **somit als digitale Leerstände identifiziert werden**.

Online-Präsenz-Check Frechen

Zusammenfassung Online-Präsenz-Check Handlungsempfehlungen

1. Sofortmaßnahme: Selbsthilfe

- Überarbeitung Google My Business: aktuelle Basisinformationen ergänzen, aktive Nutzung und Kommunikation erhöhen
- Überarbeitung der Website:
  - Bilder/Videos einfügen
  - Beschreibungstexte zu Bildern verfassen
  - Überschriften formatieren
  - Kontaktdaten, Öffnungszeiten etc. aktualisieren
  - Nicht-funktionierende Links entfernen
  - Optimierung der Seite für Suchmaschinen (SEO)
- Social Media Präsenz erhöhen / Qualität verbessern: Kundennähe durch Facebook oder Instagram vermitteln!

2. Schulung

- Schulungen anbieten (z. B. Website-Gestaltung, Social Media, Google My Business, Suchmaschinenoptimierung → Digitalführerschein)

3. Patenschaften / Mentoren

- Leistungspartnerschaften aufbauen
- Netzwerktreffen organisieren
- Patenschaften zwischen Unternehmen einführen

Haftungserklärung

Die fachlichen Ausarbeitungen fallen unter § 2, Abs. 1 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH. Der Auftraggeber kann die vorliegende Ausarbeitung zur Verbreitung innerhalb seiner Organisation mit diesem Hinweis verwenden, sowie an projektrelevante Dritte weitergeben. Jegliche gewerbliche Nutzung ist nicht gestattet.

Zu Layoutzwecken wurden möglicherweise Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen verwendet, für die der CIMA Beratung + Management GmbH keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Wer diese Ausarbeitung - ganz oder teilweise - in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern dieser Rechte, stellt die CIMA Beratung + Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten ggf. notwendiger Abwehr solcher Ansprüche durch die CIMA Beratung + Management GmbH.