

# Pressemitteilung

Auskunft erteilt Anja Schuster  
0851 509-1430

Telefax 0851 509-1433

E-Mail kommunikation  
@uni-passau.de

Datum August 2020

## Digitale Chancen für den stationären Handel der Region – Projekt DIGIONAL zieht Zwischenbilanz

Gerade junge Menschen sind für den stationären Handel schwer zu erreichen. Sie kaufen zwar auch vor Ort ein, aber fast ebenso viel online. Die Nachwuchsklientel nutzt Instagram oder Youtube – nur ist dort der regionale Handel kaum vertreten, so die Ergebnisse einer Studie des Projekts DIGIONAL. In mehreren Praxisprojekten hat das Team zudem zusammen mit stationären Händlern verschiedene digitale Strategien umgesetzt. Händler, die dieses Know-How nutzen möchten, finden die bisherigen Studienergebnisse, Best-Practice-Beispiele und Anleitungen auf der Plattform [www.digional.de](http://www.digional.de). Unter [projekt-digional@uni-passau.de](mailto:projekt-digional@uni-passau.de) können sich Händler melden, die Interesse an einer Kooperation im letzten Projektjahr haben.

### Den stationären Handel langfristig stärken – mit angepassten Digitalisierungsstrategien

Für die Region Niederbayern hat der stationäre Handel eine wichtige wirtschaftliche Bedeutung. Die regionalen Händler stehen jedoch einem zunehmenden Wettbewerbsdruck gegenüber: Einerseits durch eine Verdichtung der Einzelhandelsstrukturen hin zu den städtischen Ballungsgebieten, andererseits durch die stetig steigenden Umsätze des Online-Handels, welcher auch aufgrund der aktuellen Corona-Pandemie noch mehr an Bedeutung gewinnt. Hier setzt das 2018 gestartete Projekt DIGIONAL an: In Praxisprojekten werden neue Technologien im stationären Einzelhandel eingesetzt und deren Wirkung gemessen, um so auf die Bedürfnisse einzelner Händler zu reagieren und durch angepasste Strategien den stationären Handel langfristig zu stärken. Die Förderregion von DIGIONAL umfasst dabei Stadt und Landkreis Passau sowie die Kreise Rottal-Inn, Regen und Freyung-Grafenau.

### Wie kann der Handel junge Kunden erreichen?

Durch Workshops und Gespräche mit regionalen Händlern war bereits früh im Projekt klar, dass vor allem junge Generationen nur noch schwer von stationären Händlern zu erreichen sind. Daher bildet eine laufende Befragung von Jugendlichen im Alter von durchschnittlich 18 Jahren in der Region zum Konsum- und Mediennutzungsverhalten einen wesentlichen Baustein von DIGIONAL, um Händler gezielt bei der Ansprache junger Zielgruppen zu unterstützen. Die Studie zeigt bislang, dass ein Großteil der Jugendlichen nach wie vor in stationären Geschäften einkauft. Insbesondere Produkte, die die Jugendlichen ausprobieren möchte, werden

bevorzugt im Geschäft vor Ort gekauft. Insgesamt schätzen die Jugendlichen die Attraktivität der Geschäfte in ihrer Region tendenziell als gut ein, auch wenn sie vor allem bei der Produktauswahl und -verfügbarkeit sowie der Beratung noch Verbesserungspotentiale sehen. Fast genauso viel wird von den jungen Käufern jedoch auch online gekauft und das obwohl hier die Eltern für den Kaufabschluss einbezogen werden müssen. Mit Blick auf das Mediennutzungsverhalten junger Generationen zeigt die Studie vor allem, dass Jugendliche insbesondere auf Instagram oder Youtube unterwegs sind. Regionale Händler sind auf diesen Plattformen jedoch noch kaum vertreten.

### **Händler können von den bisherigen Projekt-Ergebnissen umfassend profitieren**

Detailliertere Ergebnisse zu dieser Studie sowie zahlreichen anderen Studien stehen allen Händlern unter der Plattform [www.digional.de](http://www.digional.de) zur Verfügung. Hier können sich Händler kostenlos registrieren und über die Möglichkeiten der Digitalisierung im stationären Handel informieren. Neben Best-Practice-Beispielen werden den Besuchern der Plattform neue Trends und Technologien aufgezeigt und aktuelle Entwicklungen im Handel dargestellt. „Die Händlerplattform zeigt kleinen und mittelständischen Handelsunternehmen, wie sie neue digitale Technologien, Konzepte und Strategien zu ihrem Vorteil einsetzen können“, sagt Dr. Stefan Mang, Geschäftsführer des Centrums für Marktforschung. Registrierte Nutzer können sich Schritt-für-Schritt-Anleitungen herunterladen und selbst testen, wie einfach es beispielsweise ist, einen Google-Business-Eintrag, eine Facebook-Seite oder einen Instagram-Account zu erstellen und mit qualitativ hochwertigem Inhalt zu befüllen. Zudem gibt die Plattform Einblicke in bereits durchgeführte Praxisprojekte mit stationären Händlern der Region und stellt die Ergebnisse in aggregierter Form zur Verfügung. Die laufenden Kooperationsprojekte beweisen, dass die Unternehmen im Rahmen der Digitalisierung vor vielzähligen Herausforderungen stehen.

Praxisprojekte

### **Digitale Strategien gemeinsam umsetzen – Partnerschaften mit Händlern erfolgreich**

DIGIONAL konnte Händlern in der Region bereits bei der Einführung und Optimierung ihrer digitalen Marketingstrategien (z.B. Webseite, Suchmaschinenmarketing, Social Media) sowie bei der Optimierung interner Geschäftsprozesse zur Seite stehen. Außerdem konnten durch Eyetracking-Analysen Verbesserungspotentiale der Ladengestaltung sowie von Webseiten identifiziert und umgesetzt werden.

„Die Zusammenarbeit könnte ich mir nicht besser vorstellen – Ideen treffen auf Macher – durch die Vernetzung innerhalb des Projektes war es möglich, als kleiner Händler Themen aufzugreifen, die sonst nur Big Player realisieren können“, beschreibt Enrico Weinreich vom Jack Wolfskin Store Passau die Projektkooperation, bei welcher es unter anderem auch um die Einführung und Effektivitätsmessung von Digital Signage im Schaufenster des Geschäftes ging.

Das Projekt DIGIONAL wird aus dem Europäischen Fond für Regionale Entwicklung der Europäischen Union im Rahmen des Programmziels „Investitionen in Wachstum und Beschäftigung“ Bayern 2014-2020 gefördert und läuft noch bis Oktober 2021. Interessierte Händler können weiterhin per Email unter [projekt-digional@uni-passau.de](mailto:projekt-digional@uni-passau.de) Kontakt zum Projektteam aufnehmen, um zeitnah Möglichkeiten einer Kooperation innerhalb des letzten Projektjahres abzustimmen.

**Rückfragen zu dieser Pressemitteilung richten Sie bitte an das Referat für Medienarbeit der Universität Passau, Tel. 0851 509-1439.**