

Einkaufs- und Erlebnis-Assistent Brühl

Bericht zur Anforderungsanalyse

von Sascha Lehner

Am 27.09.2018 hat das Treffen der Projektträger „Digitalisierung Innenstadt“ beschlossen, eine Anforderungsanalyse zu einem Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten durchführen zu lassen, der als mobile Anwendung den stationären Handel in Brühl stärker in die digitale Welt einbinden und so mehr Kunden in die Innenstadt bringen soll. Im November 2018 fanden dazu mehrere Gespräche mit Brühler Einzelhändlern statt. Im Dezember 2018 führte die EuFH eine Befragung unter potentiellen Kunden durch. Ergänzend dazu wurden von Januar bis März 2019 ähnliche Projekte und Produkte analysiert, die bereits existieren oder geplant sind. Für einen Überblick über das Projekt genügt es, die Zusammenfassung und „Idee und Ziele“ zu lesen. Die übrigen Kapitel können nach Bedarf bzw. Interesse gelesen werden.

Inhalt

Zusammenfassung.....	2
Idee und Ziele	3
Teil I Marktanalyse – Bedarf und Akzeptanz	4
Befragung der Kunden	5
Befragung der Einzelhändler	6
Die wichtigsten Fragen	6
Weitere Themen und Vorschläge	7
Teil II Existierende Produkte und Projekte.....	9
Laufende Projekte/Ideen in Brühl.....	10
Projekte zur Digitalisierung in NRW.....	11
Beispiele für existierende Produkte.....	12
Teil III Anforderungen und Features.....	14
Kurze Theorie der Apps.....	15
Übergeordnete Anforderungen.....	16
Zielgruppen.....	17
Potentielle Kunden.....	17
Anbieter.....	17
Einsatzszenarien	18
Der Einkaufsbummel.....	18
Der zielorientierte Einkauf.....	18
Der „Luxus-Einkauf“	19
Besuch in Brühl	19
Informieren.....	19

Zusammenfassung

Mit dem Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten soll der Brühler Einzelhandel gestärkt und Brühl als Standort für einen abwechslungsreichen Einzelhandel attraktiver gemacht werden.

Für den Kunden soll das Einkaufen in Brühl so einfach wie im Internet werden - aber viel interessanter. Neben praktischen Features, die das Einkaufen einfacher und schneller machen, bietet der Assistent dem Kunden eine Vielzahl an zusätzlichen Sonder-, Freizeit- und Serviceangeboten. Für die Händler bietet die App die Möglichkeit, sich zu präsentieren und gefunden zu werden, mit Kunden zu kommunizieren und zusätzliche Services wie die Lieferung zum Kunden zu nutzen. Eine intelligente, selbst lernende Datenbank sorgt dafür, dass die Händler wenig Zeit für die Datenpflege investieren müssen – und vor allem dann, wenn auch tatsächlich eine Kundenanfrage kommt.

Um die Akzeptanz einer solchen Anwendung auszuloten, wurde beschlossen, je eine Befragung potentieller Kunden und ausgewählter Einzelhändler durchzuführen.

Die Befragung der Kunden wurde von Prof. Dr. Marcus Schuckel von der EuFH vorbereitet, organisiert und ausgewertet. Insgesamt wurden 550 Personen befragt. Die Akzeptanz einer App ist bei 42% aller Befragten hoch, bei 41% mittel und bei 17% niedrig. Es gibt einen deutlichen Zusammenhang zwischen hoher Akzeptanz und intensiver Smartphone-Nutzung. **Insgesamt kann man schlussfolgern, dass rund 83% der Befragten für die Nutzung einer gut gemachten App zu gewinnen wären.**

Die Gespräche mit den Einzelhändlern wurden von Sascha Lehner durchgeführt. Es fanden 4 Gespräche mit insgesamt 10 Einzelhändlern, sowie ein Gespräch mit Herrn Frey als Vertreter des Gastgewerbes statt. Die Resonanz auf den Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten war grundsätzlich positiv. **Alle befragten Personen waren interessiert und würden als Anbieter mitmachen.** Die wichtigsten Themen waren die Frage, wie die Einzelhändler den Assistenten einfach und zeitschonend mit Daten befüllen können und wie ein Geschäftsmodell aussehen kann, das einerseits langfristig tragfähig und andererseits attraktiv für die Einzelhändler ist.

Es gibt in Brühl bereits eine Reihe existierender Online-Angebote von Stadt, Stadtwerken und privater Seite, sowie einige interessante Projekte Brühler Unternehmer, mit denen die Onlinepräsenz des Brühler Einzelhandels gestärkt werden soll. **Der Einkaufs- und Erlebnis-Assistent ist so konzeptioniert, dass vorhandene Angebote und parallele Projekte in Brühl eingebunden werden.** Entsprechende Kontakte mit allen Stakeholdern in Brühl wurden aufgenommen.

Zudem gibt es bundesweit eine Vielzahl von Projekten und Produkten, die die Digitalisierung des Einzelhandels zum Ziel haben bzw. Einzelhändler in das Internet bringen wollen. Bisher scheint es, als wäre der Ansatz des Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten insofern originell, als dass keines der betrachteten Projekte und Produkte den Fokus so deutlich auf eine ganzheitliche und intelligente Assistenz-Funktion setzt. Dennoch lohnt es sich, zu prüfen, wie andere Produkte sinnvoll integriert werden können, um Zeit und Kosten zu sparen.

Als primäre Zielgruppe wurden zunächst Bürger aus Brühl und dem Brühler Umland identifiziert. Auf sie soll sich eine erste Version konzentrieren. **Später soll der Assistent mit Blick auf Touristen und Pendler erweitert werden.** Dazu wird eine Arbeitsgruppe Anwendungsszenarien entwickeln und daraus die Features der Anwendung ableiten.

Idee und Ziele

Ziel des Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten ist es, mehr Kunden in die Innenstadt zu bekommen und einen höheren Umsatz zu generieren. Gleichzeitig soll die weitere Abwanderung von Kunden in das Internet verhindert werden. **Damit soll der Brühler Einzelhandel gestärkt und Brühl als Standort für einen abwechslungsreichen Einzelhandel attraktiver gemacht werden.**

Um diese Ziele zu erreichen, soll der Assistent die Vorteile des Internets mit denen des stationären Handels verbinden, getreu dem Motto:

Einkaufen in Brühl: So einfach, wie im Internet – aber viel interessanter!

Die Einkaufs- und Erlebnis-App ist eine Anwendung, die sowohl über den Webbrowser auf PCs, als auch auf Tablets und Smartphones genutzt werden kann. Sie arbeitet wie ein Assistent, dem man eine Wunschliste geben kann. Der Assistent kennt Brühl in und auswendig und hilft so, einen Einkauf oder Besuch in Brühl zu planen und durchzuführen.

Am besten stellt man sich einen Samstag vor, an dem man einige Einkäufe erledigen möchte. Die App hilft schon bei der Suche geeigneter Geschäfte und bei der Planung der Tour, aber auch dabei, den Termin beim Friseur zwischendurch zu legen und ein passendes Restaurant für das Mittagessen zu finden. Und schließlich gibt sie Tipps, was an dem Tag sonst alles in Brühl los ist. Während der Tour hilft der Navigator, jedes Geschäft schnell und ohne Umwege zu finden und dabei auf Wunsch noch interessantes aus und zu Brühl oder ein paar aktuellen Sonderangeboten in umliegenden Geschäften zu erfahren. Und wenn ich mir in einigen Geschäften etwas angesehen habe, kann ich zum Schluss beim Kaffee oder Eis entscheiden, was ich kaufen möchte. Die App sorgt dafür, dass ich es innerhalb weniger Stunden nach Hause geliefert bekomme.

So oder ähnlich könnte die Einkaufs und Erlebnis-App Brühl aussehen. Das beschriebene Szenario ist jedoch nur eines von vielen. Natürlich kann man die App auch nutzen, um einfach nur ein passendes Geschäft zu finden oder andere Informationen oder Neuigkeiten abzufragen. Entscheidend ist es, einen Nutzen für den Kunden zu generieren, der den Einkauf in Brühl für ihn attraktiver macht, als die Alternativen. Um die gesetzten Ziele zu erreichen, bedarf es daher einer umfassenden Analyse der Zielgruppen und Einsatzszenarien für den Assistenten.

Teil I Marktanalyse – Bedarf und Akzeptanz

Ziel der Marktanalyse war es, die Akzeptanz und das Interesse an einem Einkaufs- und Erlebnisassistenten zu prüfen. Dabei ging es sowohl um die Akzeptanz durch potentielle Nutzer der Anwendung, als auch um das Interesse des zu beteiligenden Einzelhandels.

Zu diesem Zweck wurden zwei getrennte Befragungen durchgeführt, die sich jeweils an Kunden bzw. an Einzelhändler richteten. Beide Befragungen wurden nicht darauf ausgerichtet, repräsentativ zu sein, sondern ein Stimmungsbild zu vermitteln, auf dessen Grundlage eine Entscheidung über die Fortführung des Projekts möglich ist.

Befragung der Kunden

Die Befragung der Kunden wurde von Prof. Dr. Marcus Schuckel von der EuFH vorbereitet, organisiert und ausgewertet. An der Vorbereitung waren zusätzlich Bettina Fürhmann (EuFH), Martin Lösch (Stadtwerke) und Sascha Lehner beteiligt. Die Durchführung erfolgte durch Studierende der EuFH, sowie einen Online-Fragebogen im Dezember 2018.

Die Zielsetzung der Studie war die Frage: „Ist abzuschätzen, ob es ausreichend Nutzer einer Innenstadt-App in Brühl geben wird?“

Insgesamt wurden 550 Personen befragt:

Erhebung

		Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozente	Kumulierte Prozente
Gültig	Bürger-Befragung (online)	322	58,5	58,5	58,5
	EuFH-Mitarbeiter (online)	45	8,2	8,2	66,7
	Berufskolleg (schriftlich)	111	20,2	20,2	86,9
	EuFH-Studenten (schriftlich)	37	6,7	6,7	93,6
	Besucher-Befragung (schriftlich)	35	6,4	6,4	100,0
	Gesamt	550	100,0	100,0	

Die Befragung kann nicht als repräsentativ gelten, liefert aber aufgrund der relativ hohen Beteiligung durchaus belastbare Aussagen.

Die wichtigsten Ergebnisse der Befragung sind:

- Es gibt keine Unterschiede der Akzeptanz einer „Innenstadt-App“ bzgl. Geschlecht, Alter oder Wohnort.
- Die Akzeptanz einer App ist bei 42% aller Befragten hoch, bei 41% mittel und bei 17% niedrig.
- Es gibt einen deutlichen Zusammenhang zwischen hoher Akzeptanz und intensiver Smartphone-Nutzung.
- Tendenziell niedrigere Akzeptanz bei älteren Menschen und Berufspendlern.

Insgesamt kann man schlussfolgern, dass rund 83% der Befragten für die Nutzung einer gut gemachten App zu gewinnen wären. Wenn man dabei berücksichtigt, dass der Anteil besonders bei intensiven Smartphone/Internet-Nutzern eher höher ist, ergeben sich gute Chancen, mit einer App Käufer aus dem Internet in die Innenstadt zu holen bzw. dort zu binden.

Befragung der Einzelhändler

Im November 2018 fanden 4 Gespräche mit insgesamt 10 Einzelhändlern statt:

- Frau Brockmann (Buchhandlung Brockmann)
- Herr Dönne (Optik Dönne)
- Herr Düster (Düster Herrenmoden)
- Frau Farhadi (Friseur Flor&Co.)
- Herr Kuhlmann (Wohnen und mehr)
- Herr Mantwill (Brühler Genusshaus)
- Herr Neuhaus (Schuhe Winterscheid)
- Herr Vogt (Fotoshop Vogt)
- Frau Wessler (Hingucker - Mode · Wohnen · Schenken)
- Herr Wichterich (Küchenwicht)

Zusätzlich fand ein Gespräch mit Herrn Frey (Balthasar Neumann Speiserei, Vorsitzender DEHOGA Rhein-Erft) als Vertreter des Gastgewerbes statt.

Alle Gespräche wurden von Sascha Lehner geführt.

Die Resonanz auf den Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten war grundsätzlich und ohne Ausnahme positiv. Alle befragten Personen waren interessiert und würden als Anbieter mitmachen. Die wichtigsten Themen waren die Frage, wie die Einzelhändler den Assistenten einfach und zeitschonend mit Daten befüllen können und wie ein Geschäftsmodell aussehen kann, das einerseits langfristig tragfähig und andererseits attraktiv für die Einzelhändler ist. Zusätzlich gab es weitere Anregungen und Ideen, die nachfolgend beschrieben sind.

Die wichtigsten Fragen

Wie bringt der Assistent zusätzliche Kunden?

Es wurde diskutiert, dass es nicht genügt, lediglich die Angebote der Einzelhändler im Internet darzustellen. Ebenso wurde klar, dass nur wenige Händler Interesse an einem Onlineshop haben oder darin für sich einen großen Vorteil sehen. Das passt zu Erfahrungen aus anderen Städten (z.B. Wuppertal), die mit Shopping-Portalen bisher nur mäßigen Erfolg erzielen konnten.

Der Assistent muss vor allem für Kunden interessant sein, die bisher nicht oder nur selten in Brühl einkaufen (Lebensmittel ausgenommen). Er muss also

- Kunden aus dem Internet in die Stadt holen
- Kunden aus dem Umland in die Stadt holen, z.B. Berufspendler
- Touristen zum Einkauf animieren

Wie kommen die Daten in die Anwendung?

Allen Gesprächspartnern war wichtig, dass die Dateneingabe und Bedienung der Anwendung durch die Einzelhändler intuitiv und zeitschonend ist. Insbesondere darf kein großer Zeitaufwand vor dem Start der Anwendung anfallen, da damit eine Eintrittshürde geschaffen wird, die viele Händler davon abhalten wird, mitzumachen.

Diskutiert wurden 2 Lösungen: Ein Kümmerer, der den Händlern Arbeit abnimmt (siehe nachfolgender Abschnitt) und eine technische Lösung, die selbst lernt und den Händlern immer nur kleine Schritte abverlangt (siehe Features).

Der Kümmerer

Ein zentrales Thema war ein „Kümmerer“, der als Ansprechpartner für die Händler dient und den Assistenten mit Inhalten füttert. Der Kümmerer soll aktiv auf Händler zugehen und gemeinsame Aktionen rund um den Assistenten koordinieren. Schließlich ist der Kümmerer Schnittstelle zu Stadt, Stadtwerken, Wepag und anderen, für das Thema relevanten, Akteuren in Brühl.

Alle Gesprächspartner waren sich einig, dass ein Kümmerer ausreichend Zeit für diese Tätigkeit braucht. Je nach Anzahl der beteiligten Einzelhändler und Aufwand zur Organisation von gemeinsamen Aktionen müsste ein Kümmerer 50-100% seiner Arbeitszeit investieren können.

Diskutiert wurde die Idee, dass die Einzelhändler selbst die monatlichen Kosten für einen Kümmerer tragen oder sich zumindest signifikant daran beteiligen. Die Idee kam aus den Reihen der Händler und stieß grundsätzlich auf positive Resonanz. Einige Händler betonten allerdings, dass dies für sie nur infrage kommt, wenn die Amortisierung sichergestellt ist. Die Amortisierung hängt dabei auch vom Geschäftsmodell des Händlers ab. Während manche Händler schon bei wenigen zusätzlichen Kunden einen spürbaren Gewinn erzielen können, brauchen andere Händler dafür eine große Zahl. Entsprechend unterschiedlich werden die Erfolgsaussichten der Anwendung in Bezug auf eine signifikante Steigerung des Umsatzes bzw. des Deckungsbeitrages bewertet.

Wie kann ein tragfähiges Geschäftsmodell aussehen?

Neben dem Arbeitsaufwand sind die Kosten für die Teilnahme am Einkaufs- und Erlebnis-Assistent die größte potentielle Einstiegshürde.

Da der Erfolg der Anwendung ein breites und möglichst vollständiges Angebot für den Kunden voraussetzt, dürfen die Kosten keinen Einzelhändler von der Teilnahme abhalten. Daher wäre ein kostenfreies Basispaket wünschenswert.

Gleichzeitig muss die Anwendung nachhaltig finanzierbar sein, d.h. nach einer Anschubphase einen Breakeven erreichen und rentabel arbeiten. Alle Gesprächspartner waren sich einig, dass Kosten für die Kunden möglichst vermieden werden müssen. Lediglich ganz spezielle Zusatzservices, die die Nutzung des Assistenten in keiner Weise beeinträchtigen, dürften mit Kosten verbunden sein.

Zur nachhaltigen Finanzierung der Anwendung wurden 2 Einnahmequellen diskutiert:

- Zusätzliche Werbung durch die beteiligten Einzelhändler, eventuell auch durch Dritte.
- Bezahlung optionaler Features durch die Einzelhändler, z.B. Teilnahme an Aktionen, Nutzung eines Lieferservice, Push-Nachrichten, usw.

Weitere Themen und Vorschläge

Rabatte, Incentives und Aktionen

Alle Gesprächspartner waren sich einig, dass die Möglichkeit, durch den Einsatz der Anwendung Geld zu sparen, für viele Kunden eine wichtige Motivation zur regelmäßigen Nutzung ist. Verschiedene Möglichkeiten wurden diskutiert:

- Regelmäßiger Rabatt, z.B. in Form einer Bonuskarte oder eines direkten Rabatts bei jedem Einkauf über den Assistenten. Diese Möglichkeit wurde kontrovers diskutiert. Der größte Nachteil sind mögliche Mitnahmeeffekte durch Bestandskunden, die im schlimmsten Fall sogar zu sinkendem Deckungsbeitrag führen können.
- Sonderaktionen, die von einem einzelnen Händler oder auch einer Gruppe durchgeführt werden. Diese Möglichkeit ist aus Sicht der Händler attraktiver als regelmäßige Rabatte. Sonderaktionen

können gezielt durchgeführt werden, erhöhen die Chance auf echte Neukundenakquise und sind als signifikantes Ereignis besser sichtbar und vermutlich sogar für den Kunden attraktiver.

- Incentives für die Nutzung der Anwendung. Das kann ein Bonusprogramm sein oder auch die Verlosung von Geschenken unter den Anwendern (z.B. jedes 100. Login gewinnt) Letzteres hat den Charme, ohne großen Aufwand realisierbar zu sein und gleichzeitig den „Jagd- und Spieltrieb“ im Kunden anzusprechen.

Einbindung von Dienstleistern

In mehreren Gesprächen kam die Idee auf, auch Dienstleister wie Ärzte und Rechtsanwälte mit einzubinden. In der Regel müssen auch Menschen, die viel im Internet einkaufen, zu diesen Dienstleistern in die Stadt kommen. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit, Nutzer für den Assistenten bzw. dann auch als Kunde für den Einzelhandel zu gewinnen. Um den Assistenten für Dienstleister und Kunden interessant zu machen, müsste neben einer Suche nach Dienstleistern und deren Darstellung auch eine direkte Terminabstimmung per Anwendung möglich sein.

Lieferservice

Ein Lieferservice ist ein wichtiger Bestandteil der Anwendung, die Einkaufen so leicht, wie im Internet, machen soll. Bei Lieferung am selben Tag und nach Vereinbarung könnte sogar ein besserer Service geboten werden, als es die meisten Online-Anbieter tun.

Der Nutzen für den Kunden und die Attraktivität des Angebots waren nicht umstritten. Kritisch wurden allerdings 2 Fragen diskutiert, die als Herausforderung wahrgenommen wurden:

- Wie kann ein schneller und kostengünstiger Lieferservice in einer kleinen Stadt wie Brühl rentabel organisiert werden?
- Wer trägt die entstehenden Kosten? Zahlt der Kunde (kann abschrecken), zahlt der Händler (schmälert die Marge u.U. signifikant) oder kann der Lieferservice per Umlage aus den Einnahmen aus Werbung und optionalen Features finanziert werden?

Kaufverhalten analysieren

Von einigen Händlern kam die Frage, ob der Einkaufs- und Erlebnisassistent auch zur Analyse des Kundenverhaltens genutzt werden kann.

Die Analyse von Kundenverhalten kann auf 3 Ebenen stattfinden:

- Analyse des einzelnen Nutzers mit dem Ziel diesem konkrete Angebote zu machen. Z.B. der Kunde geht immer am Samstag einkaufen, also biete ich ihm Samstag eine Aktion an. Oder ich schlage ihm aufgrund seines Bewegungsprofils mal einen alternativen Laufweg vor, der ihn an für ihn interessanten Geschäften vorbeibringt.
- Einfache statistische Analyse aller Nutzer mit dem Ziel, Verbesserungsvorschläge für die Stadt oder die Wepag zu machen. Z.B. besonders selten frequentierte Gegenden, über die man sich Gedanken machen sollte.
- Clusteranalysen über alle Nutzer, aus denen Kaufverhalten der Art „Wer X kauft, kauft häufig auch Y“ abgeleitet werden kann. Für diese Art von Analyse müsste die Anwendung aber vermutlich überregional verbreitet werden, da sonst die Datenmengen dafür nicht ausreichend sind.

Teil II Existierende Produkte und Projekte

In verschiedenen Städten gibt es bereits Apps oder andere Projekte zur Digitalisierung des Einzelhandels. Auch in Brühl gibt es bereits einige solche Initiativen.

Insbesondere die Initiativen in Brühl sollten bei der Konzeptionierung und Entwicklung des Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten berücksichtigt werden. Features, die bereits an anderer Stelle verwirklicht werden, müssen für den Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten nicht parallel entwickelt werden. Das senkt die Entwicklungskosten, fördert die Konzentration auf das Wesentliche am Assistenten und stärkt Brühl insgesamt als Innovationsstandort.

Da der Einkaufs- und Erlebnis-Assistent einen innovativen Charakter haben und sich von anderen Produkten/Projekten unterscheiden soll, ist es wichtig, andere Projekte zu betrachten, die ähnliche Ziele haben. Da es eine Vielzahl – größtenteils geförderte – solcher Projekte gibt, konzentrieren wir uns hier auf Projekte in NRW.

Anschließend werden einige bereits existierende Produkte analysiert. Dabei geht es um 2 Aspekte: Wie grenzt sich der Einkaufs- und Erlebnis-Assistent von anderen Produkten ab und welche Produkte sind ev. als Basis für den Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten geeignet.

Laufende Projekte/Ideen in Brühl

Mehrere Brühler Unternehmer planen eigene Produkte, bei denen es Überschneidungen mit möglichen Features eines Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten gibt:

MBM Computer und Stefan Warner haben ein Konzept für die Themen Portal (Darstellung der Einzelhändler über Landing Pages, Suchoptimierung für Google), digitales Schaufenster und Wlan, aus dem Teile auch für den Einkaufs- und Erlebnisassistenten interessant sind.

Der Schwerpunkt des Portals liegt auf Traffic-Generierung mit Geld-zurück-Garantie. Als höherpreisiges Produkt ist es gut als Ergänzung des Assistenten geeignet.

Die Verbindung des Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten mit dem digitalen Schaufenster kann spannende Möglichkeiten eröffnen. Dazu müsste die Anwendung jedoch in die Lage versetzt werden, die Anzeige auf einem Bildschirm analog einer Fernbedienung zu steuern.

Antonius Quodt arbeitet ebenfalls an einem Konzept für ein Portal, so wie Ideen zur Nutzung von QR-Codes zur Verbesserung des Kundenservice. Auch hier sollte die Zusammenarbeit gesucht werden, insbesondere bzgl. der Nutzung von QR-Codes.

Existierende Online-Angebote

Die wichtigsten existierenden Webseiten sind:

- www.bruehl.de
Informationen und Services der Stadt
- www.tourismus.bruehl.de
Spezielle Seite der Stadt für Touristen, Schwerpunkte auf Kultur, Freizeit und Übernachtung
- www.stadtwerke-bruehl.de
Informationen und Services der Stadtwerke
- www.stadt-service-bruehl.de
Informationen und Services des StadtServiceBetriebs
- www.wepag.de
Seite der Wepag mit Microsites der Mitglieder

Abhängig von den Features des Assistenten ist eine Anbindung an Datenbanken hinter diesen Webseiten und/oder eine Verlinkung sinnvoll.

KölnTicket

Künftig sollen Tickets für Veranstaltungen in Brühl über KölnTicket buchbar sein. Eine Anbindung sollte geprüft werden.

Weitere Webseiten

Wenn man in Google nach Brühl in Verbindung mit den Stichwörtern „Freizeit“, „Kultur“ oder „Info“ sucht, bekommt man auf der ersten Seite zusätzlich zu den oben genannten Seiten noch angezeigt:

- www.kulturgarage.eu
Seite zum Kleinkunstfestival KulturGarage
- www.bruehl-info.com
Privat betriebe Seite i.V.m. dem Brühler Bilderbogen.

Projekte zur Digitalisierung in NRW

DALES	<p>Übertragung der analytischen Stärke des Online-Handels auf den stationären Handel.</p> <p>Kombination von Frequenz- und Kassendaten zur Optimierung von Marketing und Personalplanung</p>
Digitaler Einkaufserlebnisführer Lippstadt	<p>Sehr ähnliches Projekt mit dem Ziel, Kunden „online zu einem Besuch der Stadt zu inspirieren“.</p> <p>Besonders interessant ist der Ansatz individuell erstellbarer Erlebnisrouten</p>
FUTURE CITY Langenfeld	<p>Modellstadt für die innovative Zukunft des Handels</p> <p>Stadtportal, Google-Werbung, Einfaches Parken durch „Stadtschlüssel“, Window Shopping</p> <p>Whitebox: Ausstellung neuer Handelsformate und –technologien</p> <p>Smart Sphäre (Betriebssystem einer Stadt)</p> <p>Sehr umfangreiches Gesamtkonzept</p>
Kölner Veedel	<p>lokaler Leuchtturm mit Pilotprojekten zur Digitalisierung der Geschäftsmodelle lokaler Händler</p> <p>Rodenkirchen und Lindenthal</p>
Shopping Lab Aachen	<p>Zukunftsforum für lokalen Einzelhandel</p> <p>Pop-Up-Store zeigt Möglichkeiten zur Digitalisierung im Einzelhandel, z.B. 3D-Druck, Roboter, innovative Apps, usw.</p> <p>Shopping-Lab-App geplant als mobile Ergänzung der existierenden Website der Stadt zum Einzelhandel.</p>
Verbundprojekt SmartMarket	<p>Mobile App für interaktive Einkaufserlebnisse</p> <p>Aktuell Feldtest in Paderborn mit einem Prototypen: Standortbasierte Werbung per Push-Nachricht, Unternehmensprofile, Veranstaltungen, Analyse des Kundenverhaltens</p>

Beispiele für existierende Produkte

Es gibt bereits eine ganze Reihe von Produkten, die mobile oder hybride Apps für Städte anbieten. Einige Beispiele sind hier stellvertretend aufgeführt.

Es gibt Produkte bzw. Angebote für komplette Stadt-Apps, die eine Alternative zum Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten darstellen. Dabei kann es sich um Baukästen zum Selbstmachen (City App) oder Angebote zur individuellen Erstellung einer App (Die Stadt App, Städte-Apps) handeln. In beiden Fällen richtet sich das Angebot an eine Stadt, die eine eigene, individuelle App haben möchte.

Andere Angebote haben Portalcharakter (MeineStadt, FreizeitFinder). Kunden sind hier nicht die Städte, sondern in der Regel Unternehmen, die über das Portal ihre Produkte/Dienstleistungen bewerben oder verkaufen wollen.

Die dritte Kategorie sind Apps von Städten oder Unternehmen, die als Beispiel für eine gelungene Umsetzung oder pfiffige Idee dienen können. Hier ist jeweils ein Beispiel einer Stadt (Hamburg), Stadtwerke (Augsburg) und eines privaten Unternehmens (NaturEnergie)

Die Übersicht auf der nächsten Seite ist sicher nicht vollständig, bietet aber einen Eindruck, welche Features angeboten werden.

Zusätzlich zu Produkten, die Portale oder „Stadt-Apps“ anbieten, gibt es interessante Apps, die einzelne Funktionen anbieten, die gut zum Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten passen würden und sich eventuell einbinden lassen. Beispiele hierfür sind

- Magball
Virtuelle Suche nach versteckten Gutschein-Bällen à la Pokémon GO.
- Bring!
Individualisierbare und einfach zu handhabende Einkaufsliste

	Produkt	Features										Interessant
		News	Events	Info	Einzelhandel	Gastro	Freizeit	Service	Sparen	Bonus-progr.	Karte Navi	
Produkte	City App https://appyourself.net/de/blog/city-app-die-stadt-der-jackentasche/		X	X	X	X	X		X		X	Baukasten zum Selberbauen einer City-App
	Die Stadt App https://www.innenstadt30.de/stadt-app.html	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Mobile App für Städte holt Daten aus existierender Website. Zusätzliche Features, z.B. Mängelmelder ÖPNV, , Bürgerbeteiligung, u.a.
	Atalanda https://atalanda.com/ueber-uns		X	X	Online-shop				X			Lokale Angebote online bestellen, Beispiel Online-City Wuppertal
Portale	meinstadt https://www.meinstadt.de/	X	X		X	X	X					Diverse Börsen z.B. Jobs, Immobilien, Singlebörse
	FreizeitFinder http://freizeit-finder.com/		X				X					Nur für Freizeitangebote
Stadt und Firmen Apps	swa City Augsburg https://meine.swa-city.de/swa-city-card/	X	X					X	X	X	X	Zugang zu Dienstleistungen der Stadtwerke
	SmartCity App NaturEnergie https://www.smartcity-app.de/die-app/							X		X	X	Nette Idee, Leute zum Spaziergang durch die Stadt zu bewegen.
	Hamburg App https://www.hamburg.de/app/	X	X	X	X	X		X				Zugriff auf Inhalte von Hamburg.de, Individuell zusammenstellbar

Teil III Anforderungen und Features

Diese Feature-Sammlung basiert zum größten Teil auf Gesprächen mit Einzelhändlern, anderen Projekten und Brühler IT- und Onlinemarketing-Spezialisten, so wie der Auswertung existierender Produkte.

ACHTUNG: Hier handelt es sich um eine lose Sammlung und nicht um eine Vorauswahl. Features können einander widersprechen. In der fertigen Software müssen nicht alle Features enthalten sein. Zudem können zusätzliche Features aufgenommen werden, die hier noch nicht enthalten sind.

Neben dem Einkaufs- und Erlebnisassistenten wird ein Tool benötigt, mit dem teilnehmende Händler Daten pflegen und mit dem Kunden und dem Assistenten kommunizieren können.

Weitere Software-Komponenten, die der allgemeinen Pflege oder Wartung der Anwendungen und Datenbanken dienen, werden hier nicht beschrieben.

Bevor die Features aufgeführt werden, sind die übergeordneten Anforderungen beschrieben, die der Assistent erfüllen muss, um den Zielen des Projekts gerecht zu werden. Anschließend werden die Zielgruppen definiert und beschrieben, wie die Anforderungen für jede Zielgruppe erfüllt werden können. Für jedes Feature wird festgelegt, für welche Zielgruppe es geeignet ist.

Eine schrittweise Entwicklung des Assistenten orientiert sich am besten an den Zielgruppen. Jede neue Version kann eine weitere Zielgruppe einbeziehen. Durch die Zuordnung der Features zu Zielgruppen schränkt sich so automatisch die Menge der (Feature-)Kandidaten für jede Version ein.

Für eine erste Version des Assistenten muss also zunächst die Zielgruppe festgelegt werden. Anschließend muss eine Menge von Features gefunden werden, die alle Anforderungen der Zielgruppe erfüllt und in der vorgegebenen Zeit mit dem verfügbaren Budget umgesetzt werden kann.

Kurze Theorie der Apps

Der Einkaufs- und Erlebnis-Assistent ist eine Softwareanwendung, kurz App. App ist die Abkürzung für „Application Software“ und bezeichnet alle Programme, die ein digitales Endgerät (PC, Notebook, Tablet, Smartphone) um eine konkrete Anwendung bereichern. Im weitesten Sinne ist das (fast) alles außer dem Betriebssystem, schließt also die kleine Handy-App ebenso ein, wie z.B. Microsoft Word auf dem PC (diese sehr breit ausgelegte Definition von „App“ findet sich z.B. in Windows 10 wieder).

Mobile Apps sind Anwendungen, die auf Tablets und Smartphones ausgeführt werden können. Es gibt eine Reihe technischer Konzepte, die sich vor allem darin unterscheiden, auf welchen Geräten eine App laufen kann und wie sie gestartet wird:

- Die **native App** ist eine mobile Anwendung, die speziell für ein Betriebssystem (iOS, Android, Windows) programmiert ist. Eine native App kann auch ohne Internetverbindung verwendet werden, muss dafür auf dem Endgerät installiert werden. Native Apps werden über einen App-Store bezogen, der dem Betreiber eine Qualitätssicherung erlaubt (und Einnahmen generiert). Wenn von einer App die Rede ist, werden damit häufig native Apps gemeint.
- Eine **Web-App** wird über den Web-Browser gestartet und muss nicht fest installiert werden. Dadurch kann eine Web-App auf praktisch allen Geräten verwendet werden – allerdings nur, wenn eine Internetverbindung da ist. Technisch gesehen sind Web-Apps einfach Webseiten, die Anwendungsfunktionen besitzen. Mithilfe sogenannter Frameworks können Web-Apps auch Features realisieren, die sonst nativen Apps vorbehalten sind. Diese **Hybrid-Apps** sind jedoch wegen des Frameworks in der Regel spürbar langsamer als native Apps oder „reine“ Web-Apps.
- Eine **responsive Web-App** erkennt, auf welchem Gerät sie läuft und passt ihr Aussehen daran an. So kann dieselbe App bzw. Webseite z.B. auf einem Windows-PC wie eine Desktop-Anwendung aussehen, auf dem Handy dagegen wie eine native Handy-App.
- Eine Weiterentwicklung der Web App ist die **Progressive Web App (PWA)**. Diese nutzt spezielle Technologien in modernen Browsern, um auch ohne Internetverbindung laufen zu können. Eine progressive Web App verbindet die Vorteile von Web-App und nativer App, kann jedoch nicht mit allen Browsern genutzt werden.
- **Cross-Plattform-Apps** sind native Apps, die jedoch durch die Verwendung spezieller Frameworks auf unterschiedlichen Betriebssystemen ausgeführt werden können. Das verwendete Framework führt diejenigen Funktionen aus, die normalerweise unterschiedlich umgesetzt werden müssten.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick hinsichtlich Features, die für den Einkaufs- und Erlebnis-Assistenten wichtig sein könnten:

	Nutzung auf allen Geräten	Anpassung an Gerät	Start über Homescreen	Push-Nachrichten	Läuft ohne Internet	Keine Installation
Native App		X	X	X	X	
Web-App	X					X
responsive Web-App	X	X				X
Hybrid-App	X	X		X		X
Progressive Web App	Mit passendem Browser	X	X	X	X	X
Cross-Plattform-App	X	X	X	X	X	

Der Einkaufs- und Erlebnis-Assistent soll auf möglichst vielen Geräten genutzt werden können. Daher bietet sich grundsätzlich die Entwicklung als Cross-Plattform-App oder Progressive Web App an.

Übergeordnete Anforderungen

Aus den Zielen des Projekts ergeben sich die ersten, übergeordneten Anforderungen, aus denen alle anderen Anforderungen und Features abgeleitet werden:

- ANF1. Der Assistent soll zusätzliche Kunden für den Brühler Einzelhandel bringen
- ANF2. Der Assistent soll die Kundenbindung erhöhen
- ANF3. Der Assistent soll die Attraktivität des Standorts Brühl erhöhen

Zusätzliche Kunden können nur gewonnen werden, wenn der Assistent ihnen einen Nutzen bringt und einfach zu bedienen ist. Wie der Nutzen aussehen kann und welche Anforderungen daraus folgen, hängt von der betrachteten Zielgruppe ab. Auf jeden Fall muss das über den Assistenten verfügbare Angebot ausreichend vielfältig und umfangreich sein. Das gilt in erster Linie für Händler bzw. Anbieter von Waren, Gastronomie und Dienstleistungen. Aber auch für zusätzliche Informationen, die den Assistenten für eine Zielgruppe interessant machen. Dadurch ergeben sich weitere Anforderungen

- ANF4. Für jede Zielgruppe (die berücksichtigt werden soll) müssen Features implementiert werden, die einen deutlich erkennbaren Nutzen schaffen
- ANF5. Ausreichend viele Anbieter in Brühl müssen mitmachen

Zielgruppen-übergreifend gilt, dass die Anwendung einfach bzw. intuitiv zu bedienen sein muss. Das gilt sowohl für den Assistenten, als auch das Pflgetool für Anbieter. Für die Anbieter ist darüber hinaus von zentraler Bedeutung, dass die Teilnahme am Assistenten nicht viel Zeit und Investitionen erfordert.

- ANF6. Der Assistent soll intuitiv zu bedienen sein
- ANF7. Die Verfügbarmachung notwendiger Informationen und die Kommunikation mit Kunden soll die Anbieter wenig Zeit kosten
- ANF8. Für die Teilnahme am Assistenten sollen keine technischen Voraussetzungen beim Anbieter erforderlich sein.

Zielgruppen

Grundsätzlich gibt es 2 Zielgruppen, die zu berücksichtigen sind:

- Potentielle Kunden
- Anbieter

Potentielle Kunden

Die potentiellen Kunden und die damit verbundenen übergeordneten Anforderungen können anhand ihrer Beziehung zu Brühl und ihrem Kaufverhalten identifiziert werden. Es lohnt sich einerseits Kunden zu betrachten, die in Brühl wohnen, dort als Pendler arbeiten, im Umland wohnen oder Brühl als Tourist besuchen. Andererseits muss man unterscheiden zwischen Kunden, die bisher vor allem im Internet einkaufen und solchen, die den stationären Handel bevorzugen. Unter letzteren wiederum diejenigen, die bereits überwiegend in Brühl einkaufen und solche, die das nicht tun.

Ziele nach Zielgruppen		Beziehung zu Brühl			
		Wohnt in Brühl	Pendler	Wohnt im Umland	Tourist
Kaufverhalten	Überwiegend Internet	zusätzliche Kunden	zusätzliche Kunden	zusätzliche Kunden	zusätzliche Kunden
	Überwiegend stat. Handel außerhalb	zusätzliche Kunden	zusätzliche Kunden	zusätzliche Kunden	zusätzliche Kunden
	Überwiegend stat. Handel in Brühl	Kundenbindung	Kundenbindung	Kundenbindung	---
	Ausgewogen	Beides	Beides	Beides	---
Alle		Attraktivität als Wohnort erhöhen	Attraktivität als Arbeitsort erhöhen	Attraktivität für Besuche erhöhen	Attraktivität als Reiseziel erhöhen

Zusätzlich lohnt es sich, Personengruppen zu betrachten, die besonders interessant für den Einzelhandel sind und/oder gleichzeitig besondere Ansprüche an den Einkauf stellen. Das gilt insbesondere für **Käufer mit hoher Kaufkraft** und **ältere Menschen**. Beide Gruppen erwarten oder benötigen besonderen Service, der einen großen Einfluss auf ihre Entscheidung hat, wo sie einkaufen.

Anbieter

Während einige Anforderungen (1 und 2) direkt den Anbietern zu Gute kommen, sind die Anbieter mit Blick auf andere Anforderungen (3, 5, 7 und 8) selbst eine Zielgruppe.

Die Anforderungen 5, 7 und 8 fordern Features, die die Eingabe von Daten und die Bearbeitung eines Kunden durch einen Anbieter einfach machen.

Die Anforderung 3 kann erfüllt werden, wenn

- Die Anforderungen 1 und 2 soweit erfüllt werden, dass hier ein echter Nutzen für den Einzelhandel erkennbar ist und
- Der Assistent soweit bekannt gemacht wird, dass er als Werbeträger für Brühl dienen kann und von außen als Standortvorteil wahrgenommen wird.

Über die Anforderungen 1 und 2 hinaus fordert Anforderung 3 also Features, die Brühl als attraktiven und innovativen Standort für den Handel wahrnehmbar machen.

Einsatzszenarien

Zur besseren Übersicht sind die Features in Blöcke aufgeteilt, die Features zusammenfassen, die für den Benutzer eine einheitliche Funktion bilden sollen.

Die Funktionen ergeben sich aus den Einsatzszenarien des Assistenten. Ein Einsatzszenario beschreibt eine Situation, in der ein Anwender den Assistenten nutzen könnte, insbesondere Motivation, Auslöser und Ablauf der Situation. Besonders wichtig sind die Merkmale und/oder Funktionen, die der Assistent aufweisen muss, damit der Anwender ihn in einem Szenario tatsächlich benutzt und anderen Alternativen vorzieht.

Der Einkaufsbummel

Ein Anwender plant einen Einkaufsbummel in Brühl. Er will sich dafür Zeit nehmen und ist grundsätzlich auch an zusätzlichen Aktivitäten interessiert, die den Bummel spannender und attraktiver machen. Der Anwender nutzt den Assistenten, um den Einkauf vorzubereiten und durchzuführen.

Zielgruppen: Wohnt in Brühl, Wohnt im Umland

Spezielle Features:

- Einkaufszettel mit Suchfunktion für Artikel, Artikelgruppen und Händler
- Zusätzliche Wünsche für Aktivitäten oder Termine (bei Dienstleistern) angeben
- Vorschläge zu Veranstaltungen, Gastronomen, usw. aufgrund der Wünsche und/oder des Anwenderprofils
- Aktuelle Aktionen und Rabatte anzeigen lassen
- Zeit- und Routenplan erstellen, ev. Navigator (z.B. per Google Maps)
- Einkaufszettel bearbeiten: Artikel zurücklegen lassen, streichen, verschieben, kaufen, usw.
- Artikel per App bezahlen
- Mit Freunden verabreden
- „Einkaufs-Spiele“, z.B. magball, „Brühl-Bingo“ oder „Brühl Puzzle“

Der zielorientierte Einkauf

Ein Anwender möchte bestimmte Dinge einkaufen. Er weiß, was er sucht und möchte für seinen Einkauf möglichst wenig Zeit aufwenden.

Zielgruppen: Wohnt in Brühl, Wohnt im Umland, Pendler

Spezielle Features:

- Einkaufszettel, der über längeren Zeitraum hinweg gefüllt werden kann
- Artikel auf Einkaufszettel automatisch anfragen und Nachricht, wenn verfügbar
- Nachricht, wenn es Aktionen zu Artikeln auf dem Einkaufszettel gibt
- Merkfunktion, wo welche Artikel gekauft wurden

Einkaufs- und Erlebnis-Assistent Brühl - Anforderungsanalyse

- Anonyme Auswertung der Einkaufszettel für Aktionsplanung der Händler

Der „Luxus-Einkauf“

Ein Anwender hat besonders hohe Ansprüche und sucht ein rundum komfortables Einkaufserlebnis. Dafür ist er auch bereit etwas mehr auszugeben.

Zielgruppen: Käufer mit hoher Kaufkraft, ältere Menschen

Spezielle Features:

- Vorankündigung der Wünsche, auf die sich der Händler vorbereiten kann
- Kommunikation mit Händler im Vorfeld des Einkaufs
- Sonderwünsche hinterlegen, nach denen Händler aktiv suchen können
- Lieferservice (nach Hause und/oder zum Auto)

Besuch in Brühl

Ein Anwender besucht Brühl. Die Anwendung soll ihm helfen, sich zu orientieren, Brühl kennen zu lernen und ihn dabei zum Einkaufen motivieren.

Zielgruppen: Touristen, sonstige Besucher

Spezielle Features:

- Zugang zu Informationen über Brühl und touristisch interessanten Seiten
- Freizeit- und gastronomische Angebote finden
- Interessante Geschäfte und/oder Aktionen in der Nähe anzeigen lassen
- „Einkaufs-Spiele“, z.B. Magball, „Brühl-Bingo“ oder „Brühl Puzzle“

Informieren

Ein Anwender möchte sich einfach über Brühl informieren.

Zielgruppen: Alle

Spezielle Features:

- Zugang zu Informationen über Brühl, insbesondere zu Diensten der Stadt und der Stadtwerke
- Freizeit- und gastronomische Angebote finden
- Aktuelle Aktionen und Rabatte anzeigen lassen
- Neuigkeiten
- Einen Einkauf starten