



# ReNaTour

Regionale Vertriebsplattformen für Natur- und Kulturprodukte sowie Tourismus



## \_AUSGANGSSITUATION

- Die fortschreitende Digitalisierung verändert den Anbietermarkt und erhöht den Druck auf Händler, ihre Kunden über unterschiedliche Kanäle anzusprechen.
- Es kommt zunehmend zu einer Aufspaltung des Markts in hochwertige Sortimente und Discountangebote. Käufer von hochwertigen Produkten suchen verstärkt nach einem innovativen Einkaufserlebnis und einer Identifikation mit den Produkten.
- Die Nachfrage nach regionalen Produkten steigt insbesondere bei Konsumenten, die gesellschaftlichen und ökologischen Gesichtspunkten hohe Relevanz beimessen.



## \_LÖSUNGSIDEE

- Eine digitale Plattform wird als zentrale Vertriebsplattform bereitgestellt. Hierbei handelt es sich um einen e-Shop, der Produkte regionaler Einzelhändler darstellen und den digitalen Bestellprozess unterstützen soll.
- Die Plattform soll im Prototyp auf die Region Schwarzwald fokussieren.
- Beteiligte Einzelhandelsunternehmen aus dieser Region sind daran interessiert, ihre IT-Handelssysteme (z. B. Warenwirtschaftslösungen) in die Plattform zu integrieren, um einen Austausch von Produkt- und Bestellinformationen zu ermöglichen.
- Die Vision ist es, unterschiedliche Points of Sale (z. B. Ladengeschäfte, mobile Verkaufsstände, Internetpräsenzen) an die Vertriebsplattform anzubinden.
- Ausblick (wird nicht im Rahmen des Praxispiloten thematisiert): Zukünftig wird über eine Integration mehrerer regionaler Vertriebsplattformen und eine länderübergreifende Bereitstellung der Produkte nachgedacht. Dies soll regionalen Anbietern die Distribution eigener Produkte im Ausland ermöglichen.



## \_NUTZEN

- Kleinere Händler erhalten Zugang zu Technologien und Vermarktungskonzepten, die sie nur schwer alleine finanzieren und betreiben könnten.
- Unterstützung bei der Vermarktung regionaler Produkten und erhöhte Sichtbarkeit.
- Vernetzung von Angeboten, um neue Komplettangebote zu schaffen.
- Aufbau neuer Distributionskanäle und Verringerung der Abhängigkeit von großen Vertriebsplattformen.



## \_THEMEN ZUR INTEGRATION BZW. TECHNIK

- Auswahl geeigneter Rechenzentren für den Betrieb der entstehenden Plattform in der Cloud.
- Untersuchung der Realisierbarkeit der Vernetzung unterschiedlicher Points of Sale regionaler Einzelhändler.
- Integration von IT-Handelssystemen mit der entstehenden Vertriebsplattform.



## \_THEMEN ZUR KOOPERATION BZW. ORGANISATION

- Erstellung eines Konzepts für den Aufbau und Betrieb der Plattform.
- Möglichkeiten des Einsatzes des kooperativen Betriebs zweiseitiger Märkte (“two-sided platforms”) im Kontext von regionalen Händlern und Anbietern touristischer Angebote.
- Diskussion über eine nationale und internationale Vernetzung regionaler Vertriebsplattformen.



## \_KOOPERIERENDE UNTERNEHMEN

### **AH & OH GmbH**

Peter Bürk

peter.buerk@ah-oh.com, +49 7721 993 88 90

Entwicklung der digitalen Vertriebsplattform und exemplarische Integration der IT-Lösungen regionaler Handelsunternehmen

### **Steidinger Apparatebau GmbH**

Walter Hänse

wh@steidinger.audio, +49 151 220 15563

Konzeption der e-Commerce-Plattform sowie Vernetzung mit regionalen Produzenten und Händlern

### **DEGUSTO Feinkost GmbH**

Uwe Wehrle

catering@degusto-feinkost.de, +49 162 620 22 22

Einzelhandelsunternehmen, Anbindung des Einzelhandels an die entstehende Plattform



## \_KONTAKT

### **Cloud Mall BW - Ansprechpartner für Handel**

André Halckenhäuser

[halckenhaeusser@uni-mannheim.de](mailto:halckenhaeusser@uni-mannheim.de)

Institut für Enterprise Systems (InES)