

KREISSTADT METTMANN Die Bürgermeisterin Informationsvorlage Stabsstelle Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing Reichstein, Stephan öffentlich nicht öffentlich ☒ ☐		Drucksachennummer 566/2021
Gremium:	TOP-NR:	Datum:
Ausschuss für Wirtschaftsförderung, Tourismus und Grundstücksangelegenheiten	7	10.11.2021
Sachstandsbericht Buy-Local-Kampagne "Mein Mettmann"		
<u>Finanzielle Auswirkungen</u> Kosten Produkt Haushaltsjahr Folgekosten Haushaltsmittel stehen zur Verfügung ☐ ja ☐ nein Deckungsvorschlag		
<u>Anmerkung der Stadtkämmerin:</u>		
<u>UMWELTBELANGE</u> werden besonders berührt im Bereich: ☐ Abfall ☐ Wasserhaushalt ☐ Klima ☐ Boden ☐ Natur- und Artenschutz ☐ Emissionen / Immissionen		

Verwaltungserläuterung:

Im Handelsdialog entstand die Idee ein Buy-Local Logo zu entwickeln. Im Laufe des Jahres 2021 wurde Entwürfe vorgestellt und das Logo „Mein Mettmann“ mit der Subline „Erleben, Shoppen, Genießen“ ausgewählt. Ziel des Logos ist es, durch die Anbringung an den Ladenlokalen und Lokalen zu signalisieren, dass die örtlichen Akteure zusammen wirken und die KundInnen bzw. der Gast durch den lokalen Konsum mitentscheidet, ob und in welchen Umfang in Mettmann attraktive Angebote zur Verfügung stehen.

Die HändlerInnenschaft hat „Mein Mettmann“ als Buy-Local Initiative sehr positiv aufgenommen und das Logo ist schon jetzt an vielen Geschäften in der Innenstadt angebracht und

Unter dem Motto „Mein Mettmann“ ist für 2021 ein Rabattsystem geplant. Dieses Rabattsystem wird zunächst in Form eines Rabattheftes angeboten. Die KundInnen und Gäste erhalten „Rabattmarken“ für Ihren Einkauf und Konsum. Das Sammeln der Marken füllt Leerfelder im Heft. Ein gefülltes Heft wird entweder als Teil des Kaufpreises anerkannt oder es könnten besondere Artikel umsonst oder vergünstigt angeboten werden. Der „Stammkunde“ wird belohnt, weil viel lokaler Konsum entsprechend mehr Rabatt oder mehr Vorteile einbringt.

Rabatthefte in Papierform mit Rabattmarken werden z.B. im Lebensmitteleinzelhandel immer noch erfolgreich eingesetzt.

Die Digitalisierung ist zu einem späteren Zeitpunkt selbstverständlich möglich. Digitale Angebote verursachen schon in der Startphase höhere Kosten, die nur gerechtfertigt sind, wenn man mit hoher Wahrscheinlichkeit von einer starken Akzeptanz ausgehen kann. Zunächst soll abgewartet werden, ob ein Rabattsystem erfolgreich etabliert werden kann. Neben der Akzeptanz durch die Kunden und Gäste ist es wichtig, dass möglichst viele Anbieter das Rabattsystem verwenden. Für KundInnen die digitalen Systemen wegen datenschutzrechtlichen Bedenken kritisch gegenüber stehen, ist ein Rabattheft unbedenklich.

Aus Sicht der Verwaltung signalisiert die gemeinsame Entwicklung und Umsetzung von „Mein Mettmann“, dass die städtischen Akteure positiv zusammen wirken, mit dem Ziel das Bewusstsein für die Bedeutung von stationären Handel und Gastronomie als Mehrwert für BürgerInnen zu stärken.

Herr Ingo Grenzstein von Mettmann Impulse wird das Logo, dessen Entwicklung und die geplanten weiteren Schritte in der Sitzung am 10.11.2021 vorstellen.

Gez. Pietschmann