

Maßnahmensteckbrief Smarte.Land.Regionen

*Zur Entwicklung der Digitalstrategie
für den Landkreis Meißen*

**Verbesserung der Nah-
versorgung in ländli-
chen Gebieten durch
innovative und
resiliente Lösungen**

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

WAS Beschreibung der Maßnahme

Insbesondere in peripheren Regionen, wo sich die Nahversorgungsangebote aufgrund des demografischen Wandels zunehmend zurückgezogen haben, sollen neue Möglichkeiten geschaffen werden, wohnortnah einzukaufen. Neben dem Angebot von Lebensmitteln und Waren des täglichen Bedarfs soll ein besonderer Fokus auf regionalen Produkten liegen, um die regionale Wertschöpfung zu steigern.

Es soll zunächst geprüft werden, welche bestehenden Lösungen derzeit bestehen und wie diese umgesetzt werden könnten. Dabei wird analysiert, welche Lösungen für welche Gegenden geeignet sind. Neben Verkaufscontainern werden auch Liefermöglichkeiten und andere innovative Lösungen in Betracht gezogen. Diese Lösungen müssen zudem auch in Notsituationen funktionstüchtig sein, weshalb Rückfallebenen analysiert werden müssen.

Als mögliche Standorte für die Einrichtung solcher Angebote, wie das Aufstellen eines Containers oder die Umnutzung leerstehender Gebäude, sollten insbesondere Kommunen berücksichtigt werden, die nicht im Einzugsgebiet von Mittelzentren liegen.

Um das Risiko zu minimieren, sollte auf ein erprobtes Konzept zurückgegriffen werden. Dies könnte durch die Zusammenarbeit mit großen Handelsketten sowie mit regionalen Anbietern wie dem regionalen Einzelhandel erfolgen. Der Mangel an Personal vor Ort soll durch digitale Zutritts- und Bezahlkonzepte ausgeglichen werden, wodurch ein personalloser Betrieb ermöglicht wird. Dies erlaubt es zudem, das Angebot auf eine 24-Stunden-Verfügbarkeit auszuweiten.

VISION 1

Resiliente Wirtschaft mithilfe der Digitalisierung

VISION 2

Lebendige Region „Landlust“ und Bürgerbeteiligung

VISION 5

Generationsübergreifende und hybride Angebote

MISSION

Nahversorgungsangebot mithilfe digitaler Lösungen verbessern

HANDLUNGSFELD

 Daseinsvorsorge
Wirtschaftsförderung
Verwaltung

QUERSCHNITTSTHEMA

Daten
Breitband und digitale Infrastrukturen
Kooperation und Organisation

MÖGLICHER UMSETZUNGSORT

→ Kommunen im Landkreis, welche in peripherer Lage und nicht im Einzugsgebiet von Mittelzentren liegen

MÖGLICHE TRÄGERSCHAFT

→ Größere etablierte Handelsketten wie Rewe oder Edeka und regionale Anbieter
→ Landkreis eher Vermittlerrolle

PRIORITÄT: Maßnahme in der Gesamtstrategie (Ergebnis des Beteiligungsprozesses):



HOCH



MITTEL



NIEDRIG

ZEITLICHER RAHMEN

Start der Maßnahmenumsetzung nach Beschluss der Strategie

Von Beginn der Planung zur Eröffnung sind voraussichtlich 1,5-2 Jahre einzuplanen

PLANUNGS- UND UMSETZUNGSSTAND

Maßnahmenidee

Replikation könnte eine Umsetzung beschleunigen

PROZESS

- ↳ Bestandsaufnahme und Analyse: Dokumentation bestehender Nahversorgungslösungen und Identifikation von Versorgungsengpässen
- ↳ Evaluierung möglicher Lösungen: Prüfung und Bewertung verschiedener Ansätze wie Verkehrscontainer und Lieferdienste
- ↳ Risikobewertung und Notfallplanung: Analyse von Rückfallebenen und Entwicklung von Notfallplänen
- ↳ Pilotprojekte und Standortauswahl: Durchführung von Pilotprojekten an geeigneten Standorten in peripheren Regionen
- ↳ Kooperation und Partnerschaften: Aufbau von Partnerschaften mit Handelsketten und regionalen Anbietern
- ↳ Implementierung von Lösungen: Installation und Inbetriebnahme der gewählten Lösungen sowie Einrichtung digitaler Zutritts- und Bezahlkonzepte
- ↳ Kommunikation und Anreizsysteme: Information der Bevölkerung und Schaffung von Anreizen zur Nutzung der neuen Angebote
- ↳ Monitoring und Evaluierung: Kontinuierliches Monitoring, Sammlung von Feedback und Durchführung von Anpassungen
- ↳ Dokumentation und Wissensaustausch: Dokumentation von Erfahrungen und Best-Practice-Beispielen sowie Förderung des interkommunalen Austausches

TECHNISCHE ASPEKTE

- Datensicherheit und Datenschutz: Sicherstellung der Einhaltung aller relevanten Datenschutzgesetze (z.B. DSGVO) und Schutz personenbezogener Daten
- Systemintegration: Integration der neuen Lösungen in bestehende IT-Infrastrukturen und Systeme der Verwaltung
- Benutzerfreundlichkeit: Entwicklung einer intuitiven und benutzerfreundlichen Oberfläche für Bürger und Verwaltungspersonal
- Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit: Gewährleistung einer hohen Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit der Systeme
- Skalierbarkeit: Möglichkeit zur Anpassung und Erweiterung der Systeme bei steigenden Nutzerzahlen und zusätzlichen Anforderungen
- Interoperabilität: Sicherstellung, dass die Lösungen mit anderen verwendeten Verwaltungswarenlösungen kompatibel sind
- Barrierefreiheit: Gestaltung der Lösungen gemäß den Richtlinien zur Barrierefreiheit, um die Nutzung für alle Bürger zu gewährleisten
- Performance: Optimierung der Systemleistung für schnelle Ladezeiten und reibungslose Abläufe
- Mobile Zugänglichkeit: Entwicklung einer mobilen Version oder App für den einfachen Zugang über Smartphones und Tablets
- Sicherheitsmaßnahmen: Implementierung von Maßnahmen wie Zwei-Faktor-Authentifizierung und Verschlüsselung
- Wartung und Support: Sicherstellung eines zuverlässigen technischen Supports und regelmäßiger Systemupdates
- Kosten und Ressourcen: Berücksichtigung der finanziellen und personellen Ressourcen für die Implementierung und den Betrieb der Systeme
- Feedback und Verbesserungen: Einrichtung von Mechanismen zur regelmäßigen Sammlung von Nutzerfeedback und kontinuierlichen Verbesserung der Systeme
- Notfallplan: Entwicklung und Implementierung eines Notfallplans zur Sicherstellung der Funktionalität in Krisensituationen

AKTEURE

- Große Handelsketten, die das Projekt tragen
- Regionale Anbieter
- Kommune (Bürgerbudget/Baufläche)

KOSTENPOSITIONEN

- Investitionskosten (physische Infrastruktur, digitale Infrastruktur zum Vorbestellen / Sortiment einsehen, etc.; Plattform oder Website)

FINANZIERUNG

- Kosten für Öffentlichkeitsarbeit können zum Teil über den Landkreis getragen werden (via existierende Tools)
- Aufbau- und Betriebskosten sind vom Betreiber zu tragen (evtl. gibt es auch hier Fördermittel)
- Bereitstellung des Grundstücks und der Infrastruktur durch die Gemeinde trägt sich selbst oder wird durch den Betreiber querfinanziert

MÖGLICHE FÖRDERUNGEN

- Fördermittel Sachsen zur Digitalisierung
- Förderrichtlinie Regionalentwicklung (FR-Regio)
- Zukunft Region (Stärkung der Wertschöpfung vor Ort)
- Bewältigung des demografischen Wandels

WARUM Erfolgsindikatoren

- **INDIKATOR 1:** Beteiligung durch Bürgerinnen und Bürger
ZIELERREICHUNG In der Planungs- oder Umsetzungsphase sollte mind. ein Beteiligungsformat angeboten werden um die Bedarfe zu berücksichtigen und die Akzeptanz des Vorhabens zu steigern.

- **INDIKATOR 2:** Anzahl der Nutzer
ZIELERREICHUNG 6 Monate nach Eröffnung der Einkaufsmöglichkeit sollten XX % der Bewohnerinnen und Bewohner im Einzugsgebiet ab 18 Jahre registrierten Nutzer des Angebots sein.

- **INDIKATOR 3:** Zufriedenheit der Nutzenden mit dem bereitgestellten Angebot
ZIELERREICHUNG Nach 6 Monaten nach Eröffnung, soll mittels Befragung der Registrierten und anhand einer 5er-Skala mindestens bei XX % der Nutzenden des Angebots die Bewertung „zufrieden“ oder „sehr zufrieden“ erreicht werden.

Anmerkungen

- Beispiel aus Moritzburg (<https://www.saechsische.de/radebeul/innovation-auf-dem-lande-mroitzburg-friedewald-nahkauf-box-5826167.html>)
- Dorf- und Hofläden sowie mobile Angebote mitdenken und miteinander verknüpfen
- Einkaufen mit Begegnungen sind immer vorzuziehen
- In der Planungsphase sollte ein Beteiligungsverfahren auf Landkreisebene angedacht werden, um bei den Zielgruppen den Bedarf aber auch geeignete Standorte dazu abzufragen. Dafür könnte das bereits bestehende Sachsenportal genutzt, aber auch niedrigschwellige Beteiligungsformate angeboten werden.
- Unternehmen identifizieren und die Analysen durchführen wo räumlich Potenziale und Bedarfe bestehen
- Entwicklung eines Einzelhandelskonzeptes auf Landkreisebene denkbar sowie die Überprüfung von Erreichbarkeiten zwecks Belieferung zu den potentiellen Standorten.
- Barrierefreier Zugang zum Verkaufscontainer als Voraussetzung berücksichtigen
- Die Bewerbung sollte hauptsächlich durch die Betreiber erfolgen. Darüber hinaus kann die Werbung für diese stationären Verkaufscontainer z.B. im Gemeindeblatt erfolgen, aber auch in den Gemeindecschaukästen sowie in den Handelsketten, welche die Verkaufscontainer beliefern. Auch Werbung in Buslinien eignet sich dafür, um die entsprechenden Zielgruppen zu erreichen.

- Für den Erfolg der Maßnahme spielen die Faktoren 24/7 geöffnet, ein überzeugendes Marketing- und ÖA-Konzept sowie die Kundenbindung über spezielle Bonusprogramme eine wichtige Rolle

ENTWURF