

# Projekt KAUF IM DORF im Amt Hüttener Berge

**Andreas Betz**

Amtsleiter

Amt Hüttener Berge

Mühlenstraße 8

24361 Groß Wittensee

**Jörg Scheliga**

Projektleiter

HÖHN CONSULTING GmbH

Dorfstraße 1

24119 Kronshagen b. Kiel

07. Februar 2020

# Ausgangssituation



1 Große Vielfalt regionaler Erzeuger und Anbieter

2 Kundenpotenzial in der Region

3 Verbesserung von Nahversorgung und Klimabilanz

4 Trend zur Abwanderung von Kaufkraft

# Zielsetzung des Projektes



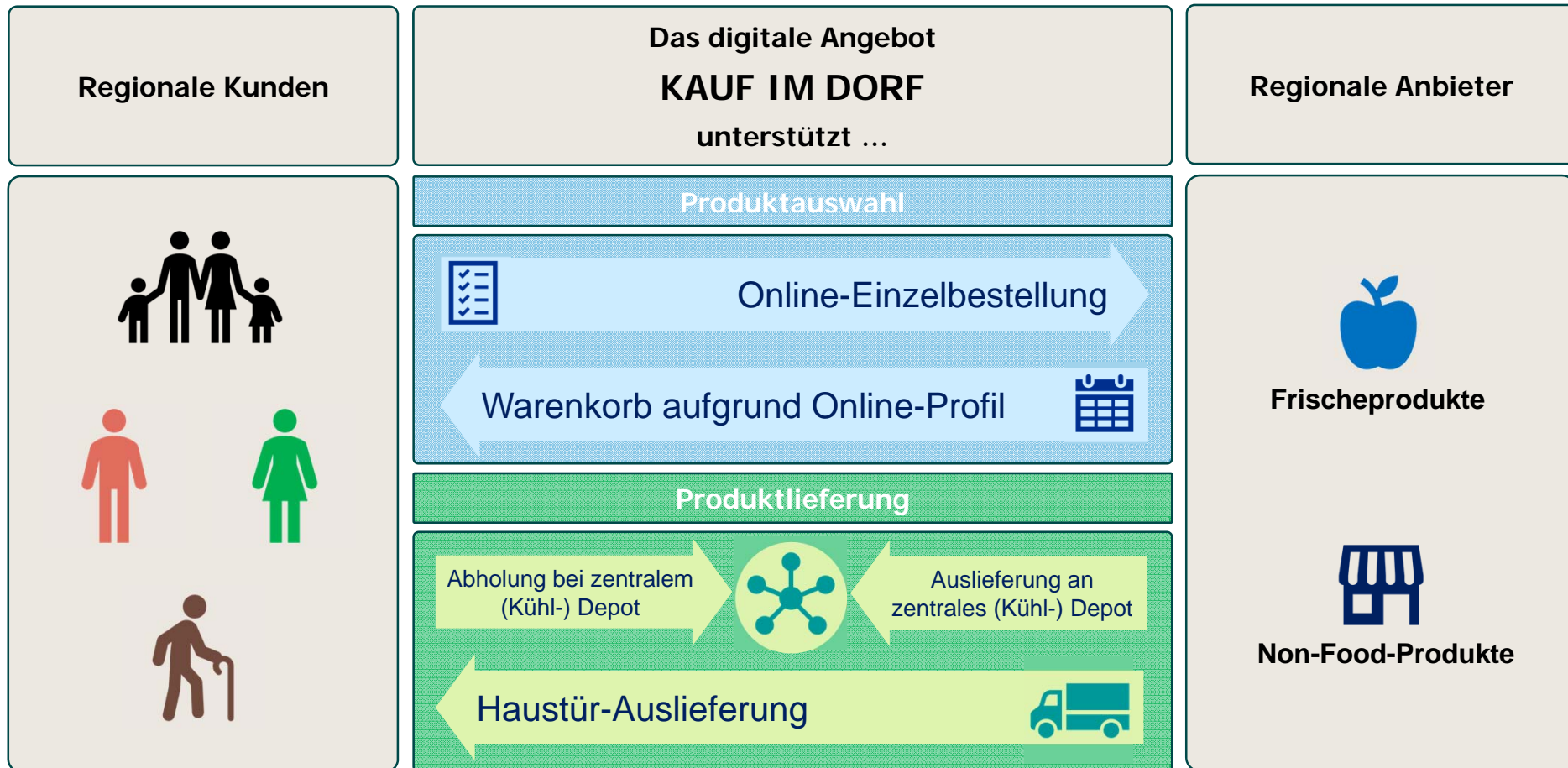
**1** Digitale Vernetzung der regionalen Erzeuger, Einzelhändler sowie des lokalen Handwerks mit ihren (potenziellen) Kunden

**2** Schaffung eines verbesserten digitalen Zugangs von Bürgern\*innen, Urlauber\*innen und gewerblichen Kund\*innen der Region zu regionalen Produkten und Dienstleistungen

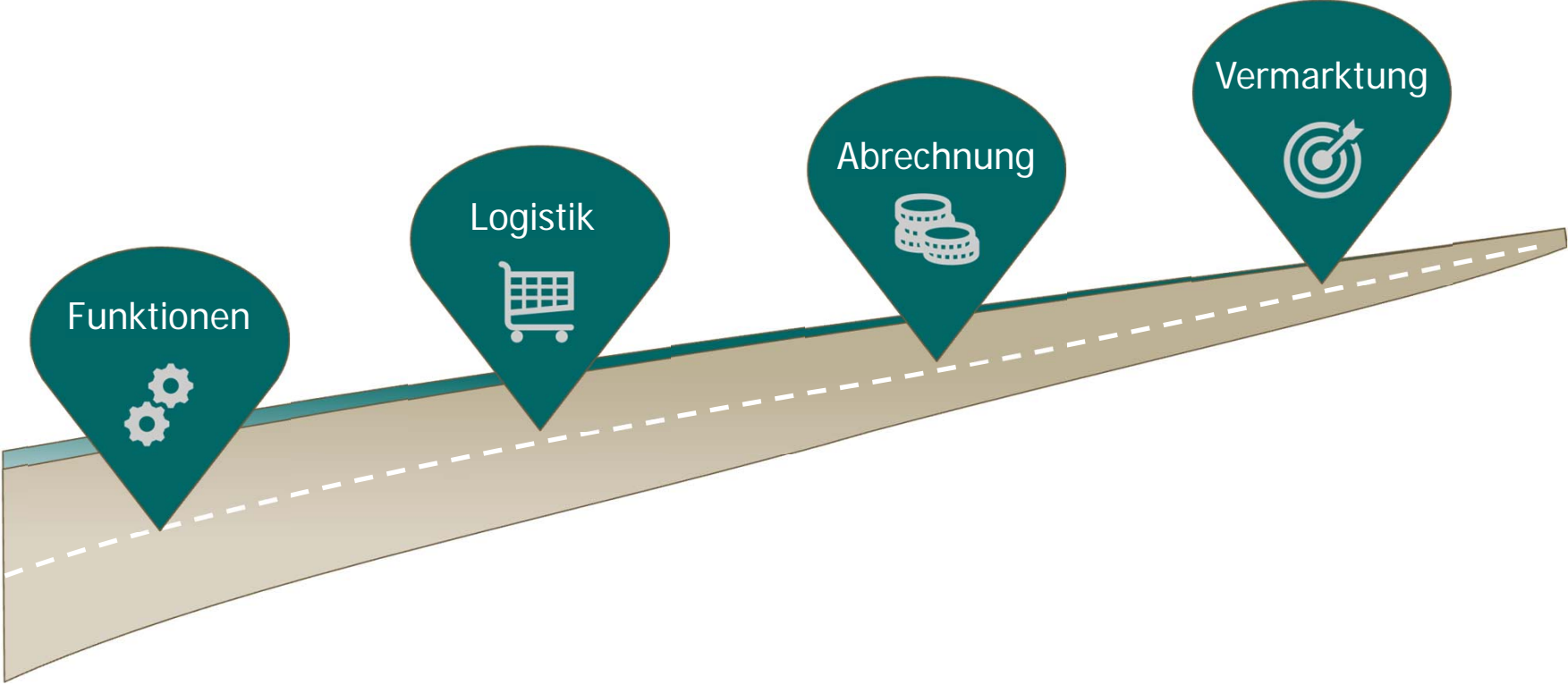
**3** Entwicklung einer optimierten Liefer- und Abrechnungslogistik auf der Grundlage einer gebündelten Bereitstellung und Bezahlung der Produkte unterschiedlicher Erzeuger

**4** Frühzeitige Ausgründung und Begleitung eines Start-Ups

# Zielbild KAUF IM DORF



# Handlungsfelder



# Handlungsfelder

## Funktionen



Anpassung einer praxisbewährten digitalen Lösung an die spezifischen Anforderungen des Projektes KAUF IM DORF

- Erhebung von konkreten Anforderungen im direkten Dialog mit den Fokusgruppenteilnehmer\*innen, woraufhin sich die Vorbereitung einer Ausschreibung anschließt
- Beschaffung einer praxisbewährten digitalen Plattformlösung, die dem von der Fokusgruppe gewünschten Funktionsumfang nahekommt und die zentrale Drehscheibe aller Informationen im Prozess darstellen soll
- Bedarfsgerechte und zugleich wirtschaftliche Anpassung der Software zur Maximierung des Nutzens für die Kunden, Erzeuger und Lieferanten
- Test und Übernahme der Software-Plattform in den Produktivbetrieb

# Handlungsfelder

Logistik



Organisation der Selbstabholung, der Tür-zu-Tür-Auslieferung sowie der Bereitstellung der Bestellungen an zentral gelegenen Orten innerhalb des Amtsbereichs

- Erarbeitung der Aspekte zur Auslieferung der online bestellbaren regionalen Produkte und Dienstleistungen aus der Region
- Organisation der Selbstabholung beim Anbieter, der Tür-zu-Tür-Auslieferung an den Kunden sowie der Bereitstellung der gewünschten Produkte in den geplanten Kühlaggregaten an zentral gelegenen Orten innerhalb der Region
- Entwicklung wirtschaftlicher und zugleich möglichst kundenfreundlicher Konzepte sowie Begleitung ihrer Umsetzung
- Besondere Herausforderung: Reduktion des gegenwärtig im Vertrieb regionaler Produkte vorherrschenden klimaschädlichen Individualverkehrs durch Substitution mit umweltfreundlichen Alternativen zur Verbesserung der regionalen Klimabilanz

# Handlungsfelder

## Abrechnung



Elektronische Bezahlung der bestellten Produkte sowie die störungsfreie und verzugsfreie Verteilung der elektronisch vereinnahmten Zahlungsbeträge auf die zugehörigen Anbieter

- Entwicklung einer Möglichkeit zur elektronischen Zahlungsabwicklung zwischen Kunden und Erzeugern über die Online-Plattform
- Schaffung einer Abrechnungsmöglichkeit von Sammelbestellungen von Produkten verschiedener Anbieter (Clearing-Stelle), mit der Vorgabe der komfortablen Bezahlung durch den Kunden mit nur einem einzigen Zahlungsvorgang
- Sicherstellung der automatisierten Abwicklung der Zahlungsströme zu den Erzeugern bei gleichzeitiger und anbieterscharfer Aufteilung der vereinnahmten Gesamtsumme



# Handlungsfelder

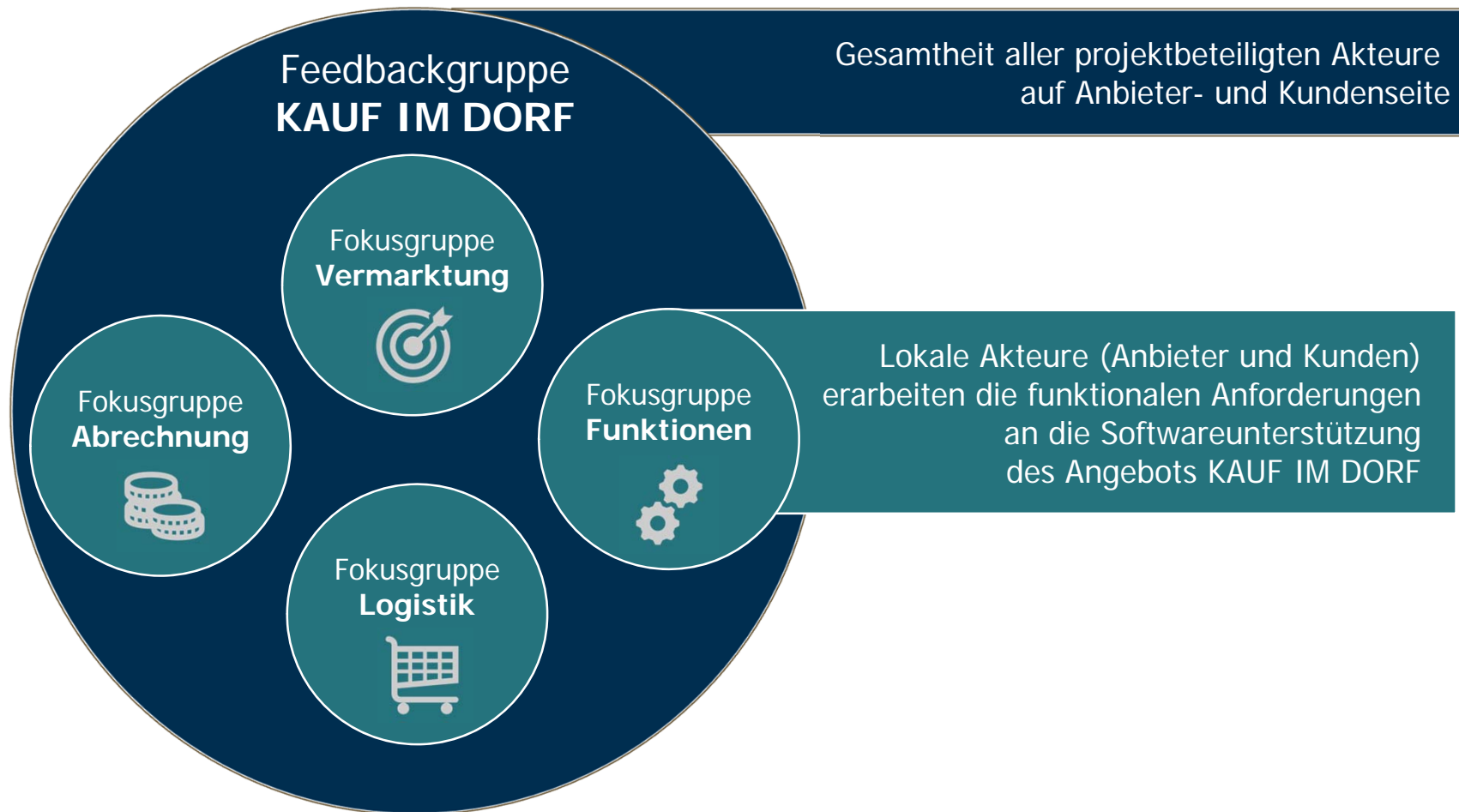
## Vermarktung



Etablierung eines Startups, das die erfolgsentscheidenden Aspekte der Vermarktung koordiniert und sich aus dem laufenden „Online-Geschäft“ heraus refinanziert

- Vermarktung der Produkte über das digitale Angebot KAUF IM DORF als Vertriebskanal stellt die zentrale Gelingensbedingung des Projektes KAUF IM DORF dar (kritische Masse)
- Schaffung einer breiten, regelmäßig aktualisierten Produktpalette zur Erreichung einer hohen Attraktivität des Online-Angebots KAUF IM DORF
- Etablierung einer langfristig tragfähigen Organisationsstruktur über die Ausgründung eines Start Ups auf der Basis eines belastbaren Geschäftsmodells, das die erfolgsentscheidenden Aspekte der Vermarktung koordiniert und sich aus dem laufenden „Online-Geschäft“ heraus refinanziert.

# Vorgehensmodell Fokus- und Feedbackgruppen



# Projektplanung (Grob)



	1. Hj. 2020	2. Hj. 2020	1. Hj. 2021	2. Hj. 2021	2022	
	Projektmanagement, Fortschrittskontrolle und Berichtswesen gemäß den Vorgaben des Interreg. Programm-Managements					
<b>Fokusgruppe Funktionen</b>	Mitwirkung von Anwendern, Bedarfsträgern, Herstellern, Anbietern, Interessengruppen, Verbandsvertretern etc. in den Fokusgruppen und der Feedbackgruppe	ng und Software (ststellung)	Anpassung und Pilotierung der beschafften Software gemäß SCRUM-Methodik	Rollout der zuvor pilotierten Software	Optimierung der Software aufgrund Praxiserfahrungen	
<b>Fokusgruppe Logistik</b>		Schreibung (aggregat)	Praktische Erprobung der Logistik	Laufende Evaluation und agile Optimierung der Logistik		Abschlussbericht Logistik
<b>Fokusgruppe Vermarktung</b>		Agile Erarbeitung und Erprobung eines Marketingkonzeptes	Erarbeitung eines Geschäftsmodells und Start-Up-Konzept	Inkubatoren-Rolle für die Etablierung eines Start Ups KAUF IM DORF		Abschlussbericht Nutzungsevaluation
<b>Fokusgruppe Abrechnung</b>		Agile Erprobung eines rechts- und betriebs-sicheren Modells	Erfahrungsbasierte Optimierung des Abrechnungsmodells			