

## digital-city

digital-city \ Technologyplattform für Städte, Gemeinden und Verbände, Einzelhandel, Gastronomie und Tourismus

|                                 |   |                        |               |
|---------------------------------|---|------------------------|---------------|
| <b>Programm / Ausschreibung</b> | AT:net, Phase 4, AT-net (4) 3. Ausschreibung            | <b>Status</b>          | abgeschlossen |
| <b>Projektstart</b>             | 01.03.2017  | <b>Projektende</b>     | 31.03.2019    |
| <b>Zeitraum</b>                 | 2017 - 2019   | <b>Projektlaufzeit</b> | 25 Monate     |
| <b>Keywords</b>                 | digitalisierung; stadt; kmu, tourismus; onlineplattform |                        |               |

### Projektbeschreibung

Ausgangssituation: Durch die ständige Weiterentwicklung des Internets entstanden zwei Parallelwelten. Die Onlinewelt mit unzähligen Internetauftritten und Onlineshops. Und die reale Welt, mit real zugänglichen Shops vor Ort in Stadtzentren, Seitengassen und Einkaufsstraßen. Der Wettbewerb aus der Onlinewelt ist dabei für den Handel stark spürbar. Gleichzeitig ist die digitale Suche nach Produkten und Dienstleistungen für viele nicht mehr wegzudenken. Die Google-Suche gehört für die meisten bereits zum täglichen Leben. Aber was bedeutet dies für kleine Geschäfte?

Zeitgemäße Websites, neue Onlineshop-Systeme, Facebook-Seiten mit Werbekampagnen, Google AdWords & Co – die Möglichkeiten seine potentiellen Kunden zu erreichen scheinen schier endlos, die finanziellen Aufwände steigen ins Unerschwingliche. Händler, Gastronomie und Hotelbetriebe haben oft nicht die notwendigen Ressourcen, um auf allen Onlinekanälen optimale Auftritte zu präsentieren. digital-city als Verbund von Stadt, Tourismus und vielen Initiativen hat diese Möglichkeiten schon. Und damit können auch kleine Unternehmen mit den neuesten Tools aufwarten und so den großen Mitbewerbern Stand halten. Bewohner und Touristen entdecken die Vorzüge regionaler Anbieter neu!

Der Reifegrad des Prototyps von digital-city, dem Ennsportal, entspricht jenem der Wachstumsphase. Bereits voll angenommen von Usern aus der Region werden derzeit optische und technische Features optimiert.

Die Aktivitäten der Markteinführung umfassen in erster Linie die Positionierung der Marke digital-city in der jeweiligen Stadt oder Region. Geschäftsinhaber und User müssen den Nutzen der Plattform förmlich spüren. Weitere Maßnahmen sind die Nutzung der klassischen Werbekanäle Print (Flyer, Sticker, Broschüren), Eventmarketing, Presse, Onlinemarketing und interaktive Screens, um auf effiziente Art auf das Ennsportal aufmerksam zu machen. Die Akquise Tätigkeiten beschränken sich auf persönliche und telefonische Akquise. Eine automatisierte Akquise ist vorgesehen.

Die Entwicklungstätigkeiten umfassen neben dem Going-Public von digital-city.at ein optisches Facelift, den automatisierten Empfehlungsprozess neuer Geschäfte sowie die Umsetzung vom Agenturmodell. Neue Features wie das Einbinden von dynamischen Inhalten in virtuelle Elemente sowie die Einbindung von Augmented Reality Elementen stehen im Fokus für 2017.

Als Ergebnisse oder Ziele definieren wir für das Jahr 2017, digital-city auf weitere Städte und Regionen im Großraum Oberösterreich auszurollen und die Anzahl der Einträge signifikant zu erhöhen. 2018 folgt die internationale Skalierung auf den deutschsprachigen Raum und die anschließende einhundertprozentige Übersetzung auf Englisch sowie die Skalierung in ganz Europa.

## **Abstract**

Starting position. The permanent and dynamic evolution of the internet created a parallel online world to the existing real world. The online world filled with numerous websites and online shops on the one hand and real shops in the city centers, side and shopping streets on the other hand. Real shops became under pressure by the online shops and are still looking for strategies and methods to encounter this development successfully, often supported by local authorities or representations of interests. At the same time online search for products, services and information is given user need and has become part of our daily life. But what does it mean for small (real) shops?

While big players can reach ever more customers by the use of websites, online shops, facebook pages and campaigns, Google AdWords & Co with ever more rising expenditures, smaller players in trading, merchandising, gastronomy or lodging do not have the needed resources (time, money and/or knowledge) to be well represented on these online channels. digital-city as a joined network of civic and touristic institutions, as well as other initiatives has the power to keep up with the big players. State of the art tools and high quality information let people re-discover their own region and city and help tourists to make their best out of a city trip.

The maturity level of the prototype of digital-city, which is the „Ennsportal“ implementation, is in the growing phase. It's accepted by the regional users and we're currently optimizing and enhancing layout, usability and technical features.

The activities for the market introduction include particularly the positioning of the brand digital-city in the target regions. The traders and users need to clearly see the advantages, benefits and possibilities of the platform. Further measures are the use of standard advertising channels like print (flyers, stickers, brochures), event marketing, (local) press, online marketing and interactive screens at highly frequented spots to get good attention for the product. Direct acquisition will be done only for civic, touristic and commercial institutions. For single traders an automated acquisition process will be provided.

The current development activities are the go live of the own company website and the planning of the facelift and further releases of the product as well as marketing processes for recommendations of new shops and providing material for future partner agencies. The feature list for 2017 include also dynamic virtual content and augmented reality elements.

The goal for this year is the rollout the platform to further cities and regions in Upper Austria and Austria in general and to increase the number of clients significantly to about 1.500. In 2018 the rollout will continue firstly to the German speaking countries Germany and Switzerland followed by an English version for the English speaking countries (or users).

## **Projektpartner**

- Digital City Solutions GmbH