

25. November 2016

INFORMATIONEN ZUM LAUNCH

Gerne stellen wir Ihnen die folgenden Unterlagen zur Verfügung.

- [Pressemitteilung](#)
- [Zitate Projektgruppe myle.de](#)
- [Rubrik ÜBER UNS](#)
- [Funktionalitäten der myle.de](#)
- [Zielgruppe der myle.de](#)
- [Hintergrundinformationen zum Markt](#)
- Bilddateien (separat auf DVD)

Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen oder Bedarf an mehr Input an:

Marion Mohr

myle.de – Online-Marktplatz Leinfelden-Echterdingen

Ein Service des BDS Leinfelden-Echterdingen e.V.

Telefon: 0711 52854578

E-Mail: info@myle.de

www.myle.de

BDS LE Projektteam „myle.de“

v.l.: Petra Lorenz (Handel)
Wolfgang Faßbender (1. Vorsitz)
Petra Renz (stlv. Vorsitz WG Echterdingen)
Ingo Schaub (Dienstleistung)
Marion Mohr (Vorstand)
Ralf Schröder (1. Vorsitz WG Echterdingen)
nicht im Bild: Winfried Mettler (Vorstand)



25. November 2016

PRESSEMITTEILUNG

Mit myle.de gehen Betriebe aus Leinfelden-Echterdingen gemeinsam online.

Ganz Leinfelden-Echterdingen im Klick-Fieber

Leinfelden-Echterdingen, 25. November 2016. Pünktlich zum Weihnachtsgeschäft, geht mit myle.de der neue Online-Marktplatz für Leinfelden-Echterdingen an den Start. Mehr als 30 lokale Betriebe präsentieren ihre Produkte, Dienstleistungen und Events nun auch online. myle.de ist ein Service des Bund der Selbständigen Leinfelden-Echterdingen e.V. (BDS). Der Verein möchte Leinfelden-Echterdingen gleichermaßen als Wirtschaftsstandort und als charmannten, lebenswerten Wohnort stärken.

“Viele Unternehmer wissen, dass mittlerweile kein Weg am Internet vorbei führt”, erklärt Marion Mohr, Vorstandsmitglied des BDS Leinfelden-Echterdingen. Laut aktuellen Studien informieren sich 87 Prozent der Kunden im Internet, bevor sie ihr Wunschprodukt gezielt in einem lokalen Geschäft erwerben. “Gerade alteingesessenen Betrieben erscheint die eigene Website oder ein Onlineshop jedoch häufig zu teuer und pflegeintensiv”, ergänzt Mohr.

Hier schafft myle.de Abhilfe: Teilnehmende Betriebe können im eigenen Profil ihr Team und ihre Philosophie vorstellen, Adresse, Ansprechpartner und Öffnungszeiten hinterlegen, sowie aktuelle Angebote präsentieren. Der Vorteil für Besucher von myle.de ist, dass sie das lokale Angebot bequem vom Sofa aus erkunden und bei Bedarf ganz einfach per der Click & Collect-Option kostenfrei erst mal reservieren können. Das heißt, der Kunde bestellt sein Wunschprodukt online und holt es im Geschäft ab. Versandzeit und -kosten entfallen, dafür können Kunden die Ware vor dem endgültigen Kauf ansehen, fühlen und erleben.

Für Betriebe aus Leinfelden-Echterdingen und Region bietet myle.de die Chance, Vorteile des stationären und des Online-Handels miteinander zu verbinden. Ihr Engagement wird auch von der Stadt begrüßt: “Wir danken dem BDS Leinfelden-Echterdingen und allen teilnehmenden Firmen schon heute für dieses Beispiel bester Zusammenarbeit und unterstützen sie nach Kräften”, so Klaus P. Wagner, Leiter Stabsstelle Grundsatzangelegenheiten, Öffentlichkeitsarbeit und Stadtmarketing Leinfelden-Echterdingen.

Die Funktionen von myle.de gehen über die eines klassischen Online-Marktplatz weit hinaus: Von Informationen über Feste und Veranstaltungen über Rabatt-Aktionen und Jobangebote bis hin zum Mittagsangebot der heimischen Gastronomie, soll auf das vielseitige Angebot von Leinfelden-Echterdingen aufmerksam gemacht werden. Davon werden sowohl alteingesessene Bürger als auch Zugezogene und Einpendler profitieren, die Leinfelden-Echterdingen besser kennen lernen möchten.

Der BDS Leinfelden-Echterdingen verwirklicht mit myle.de eines seiner wichtigsten Satzungsziele: Die Öffentlichkeit aufmerksam machen auf die Leistungsfähigkeit der mittelständischen Wirtschaft in Leinfelden-Echterdingen. Damit das Konzept auch langfristig aufgeht, wird myle.de regional beworben und laufend aktualisiert. “Unser Ziel ist, eines Tages alle Unternehmen aus Leinfelden-Echterdingen und Region für myle.de zu begeistern. Wer mitmachen möchte, ist herzlich willkommen.” schließt Marion Mohr.

Ansprechpartnerin:

Marion Mohr
myle.de – Online-Marktplatz Leinfelden-Echterdingen
Ein Service des BDS Leinfelden-Echterdingen e.V.
Telefon: 0711 52854578
E-Mail: info@myle.de
www.myle.de

25. November 2016

ZITATE PROJEKTGRUPPE MYLE.DE

Einzelhandel

**Ralf Schröder, 1. Vorsitz WG Echterdingen
und Vertreter der WG im BDS LE e.V.
Inhaber Optik Sassenscheidt**

“Mit myle.de möchte ich Kunden ansprechen, die bis jetzt noch nicht den Weg zu uns gefunden haben. Kunden, die gerne im Internet stöbern und doch die persönliche Beratung vor Ort schätzen. myle.de sehe ich als große Chance für uns Einzelhändler.”

**Petra Lorenz, Sprecher Handel BDS LE e.V.
Geschäftsführerin LORENZ ELEKTROTECHNIK GmbH**

“In myle.de sehe ich die Möglichkeit, Stammkunden und Neukunden einen umfassenden Überblick über die Vielfalt der Angebote in Leinfelden-Echterdingen zu geben. Es ist eine Plattform, die unaufdringlich und bequem vom Sofa aus stöbern lässt. So können wir unsere Kunden dort treffen, wo sie sich immer häufiger aufhalten.”

Handwerk

**Winfried Mettler, Kassier BDS LE e.V.
Geschäftsführer METTLER GMBH**

“Als Handwerksbetrieb müssen wir uns der Digitalisierung stellen und unser Geschäft als Beratungsleistung verstehen und ausbauen. Die Planung eines Projektes und die Deckung von Informationsbedürfnissen im Vorfeld sind mindestens genauso wichtig, wie eine perfekte Umsetzung. Hier kann ein lokaler Online-Marktplatz helfen, auch - oder vor allem - im Handwerksbereich neue Kunden zu gewinnen.”

Dienstleistung

**Ingo H. Schaub, Sprecher Dienstleistung BDS LE e.V.
Geschäftsführer [wirtschaftsimpuls] GmbH**

“Wir Dienstleister können aus meiner Sicht von dieser Plattform am meisten profitieren, denn oft ist es schon schwer, im Ort überhaupt wahrgenommen zu werden. Jetzt heißt es: 365 Tage im Jahr, 24 Stunden am Tag neben den großen Wettbewerbern online auffindbar zu sein.”

Essen, Trinken + Genuss

**Petra Renz, Stellv. Vorsitz WG-Echterdingen
Inhaberin Charles‘ Vinothek**

“Bei myle.de geht es nicht nur um Ware, es geht auch um unsere Zusatzleistungen: Click & Collect bietet die Möglichkeit, zum Beispiel eine Flasche Champagner online zu reservieren, die man auf dem Heimweg ohne lange Wartezeiten abholt – gekühlt selbstverständlich, oder als Geschenk verpackt.”

Freischaffende / Freelancer

**Marion Mohr, Vorstandsmitglied BDS LE e.V.
Inhaberin office + more – Office Services**

“Für Freiberufler gibt es zahlreiche überregionale Online-Börsen, die uns mit Projekten zusammenbringen. Über diese Plattformen erhält man Anfragen weit über die Grenzen von LE hinaus. Durch die starke regionale Ausrichtung von myle.de sehe ich die Chance, uns den vielen potentiellen Kunden „direkt vor der Haustür“ zu präsentieren und damit Reisezeiten und -kosten zu reduzieren.”

25. November 2016

RUBRIK „ÜBER UNS“

ÜBER UNS

myle.de - Online-Marktplatz Leinfelden-Echterdingen

myle.de ist ein Online-Marktplatz für Leinfelden-Echterdingen, in dem Gewerbetreibende aus der Region, darunter lokale Geschäfte, Handwerksbetriebe oder Dienstleister, ihre Produkte, aktuelle Angebote und Services präsentieren. Kurz: **myle.de ist Leinfelden-Echterdingen to go**. Ob von zu Hause, aus dem Büro oder von unterwegs: Mit wenigen Klicks lässt sich das vielseitige Angebot von Leinfelden-Echterdingen online shoppen und entdecken.

Online shoppen und entdecken in Leinfelden-Echterdingen

Die Vision hinter myle.de ist, Leinfelden-Echterdingen als attraktiven Wirtschaftsstandort und lebenswerten, charmanten Wohnort zu prägen. „Unser Stadt vereint viele Gegensätze in sich: Stimmungsvolle Stadtfeste und innovative Messen, alteingesessene Bürger und neu Zugezogene, lokale Geschäfte und Onlinehandel – myle.de war für uns die logische Konsequenz“, erklärt Marion Mohr, Vorstandsmitglied des BDS Bund der Selbständigen Leinfelden-Echterdingen e.V. Denn der neue Online-Marktplatz wurde vom BDS, einem örtlichen Verein zur Wirtschaftsförderung, ins Leben gerufen. Ziel ist, dass eines Tages alle Unternehmen aus Leinfelden-Echterdingen und Region mit nur einem Klick online zu finden sind, ganz nach dem Motto: **LE gemeinsam online – LE gemeinsam stark**.

Online-Marktplatz Leinfelden-Echterdingen: Die Vorteile

Ob Last-Minute-Geschenk oder eine schnelle Besorgung nach Feierabend – mit myle.de lässt sich bequem online shoppen: „Click&Collect bietet die Möglichkeit, zum Beispiel eine Flasche Champagner online zu reservieren, die man auf dem Heimweg ohne lange Wartezeiten abholt – gekühlt selbstverständlich, oder als Geschenk verpackt,“ erklärt Petra Renz, die mit Charles‘ Vinothek in dem neuen Online-Marktplatz für Leinfelden-Echterdingen vertreten ist.

Die Vorteile von myle.de:

- Reservieren Sie Ihr Wunschprodukt ganz bequem online und holen es noch am gleichen Tag ab.
- Profitieren Sie von persönlicher Beratung und dem echten Einkaufserlebnis vor Ort, ganz ohne Wartezeiten und Versandkosten
- Support your local dealer: Kaufen Sie lokal, zielgerichtet und zeitsparend ein

myle.de – Mehr als online shoppen

Doch myle.de bietet mehr online shoppen: Unternehmen posten Jobangebote und informieren über aktuelle Veranstaltungen. Und natürlich gibt es stets aktuelle Informationen zu Kulturveranstaltungen und Stadtfesten in Leinfelden-Echterdingen. Außerdem ist der Online-Marktplatz interaktiv: Wer schon einmal Erfahrungen mit einem Lokal, Geschäft oder Handwerksbetrieb in Leinfelden-Echterdingen gemacht hat, kann den Betrieb auf myle.de bewerten. Je mehr Bewertungen, desto besser!

Neugierig? Dann entdecken Sie jetzt das gesamte Angebot von unserem Online-Marktplatz myle.de!

25. November 2016

FUNKTIONALITÄTEN DER myle.de

HOME

Stimmungsbild mit Funktionsbutton, Übersicht aktueller Angebote, Sonderangebote, Veranstaltungen, Aktionen.

Rubrik UNTERNEHMEN

Profile aller teilnehmenden Unternehmen (Präsentation, Vorstellung Service + Leistungen)
Alle Inhalte pflegen die Unternehmen selbst ein.

Rubrik AKTIONEN

Alle Teilnehmer können Aktionen erfassen – sei es Veranstaltungen (wie Tag der offenen Tür, Wein-Testing, Lesung etc) oder auch einfach nur News (Auszeichnungen, neues Produktangebot etc)

Rubrik JOBS

Alle teilnehmenden Unternehmen können innerhalb ihres Profils Stellenausschreibungen plazieren, die in der Übersicht (über alle Unternehmen) unter dem Menüpunkt JOBS veröffentlicht werden.

Rubrik NEWS

Hier veröffentlicht der BDS Stadtverband alle Veranstaltungen in Leinfelden-Echterdingen sowie auch Pressemitteilungen, News, Hinweise, Tipps

Stichwort „Interaktive“

Die Shop-Funktion setzt eine Interaktion sowieso schon voraus. Zudem hat der Besucher die Möglichkeit, in allen Rubriken zu allen Einträgen Bewertungen (Sternranking) und auch Kommentare zu hinterlegen.

Stichwort „Online-Marktplatz“

Für den gewöhnlichen Online-Shopper scheinen die Unterschiede zwischen Shop und Marktplatz marginal. Doch ein Blick auf Details zeigt, dass es sich um unterschiedliche Modelle handelt:

ONLINE-SHOP:

Wer einen Online-Shop betreibt, bietet seine eigene Produkte an.

ONLINE-MARKTPLATZ:

Online-Marktplätze stellen ein Portal für andere Teilnehmer zur Verfügung. Den Kaufvertrag schließen die Kunden nicht mit Portalbetreiber, sondern mit einem Dritten, dem Anbieter ab. Vorteil für die Teilnehmer: Sie benötigen keine aufwändige eigene Webpräsenz (Kosten, Pflege, Absicherung ..).

ONLINE-COMMUNITY:

Eine Online-Community ist eine Sonderform der Gemeinschaft von Menschen, die einander via Internet begegnen, um sich dort auszutauschen. Grundlegende Werkzeuge sind hierbei Email, Foren, Chat-Elemente, Schwarzes Brett etc. Eine besondere Form einer kommerziellen Online-Community ist ein Kundenforum, das den Kunden die Kommunikation untereinander über die angebotenen Produkte und Dienstleistungen ermöglicht und ihnen den Aufbau einer eigenen Kommunikationsplattform erspart. (z.B. über Bewertungen)

myle.de ist eine interaktive Plattform: Sie ist ein klassischer Online-Marktplatz, bietet aber die Möglichkeiten einer Online-Community (Kommunikation, Austausch).

25. November 2016

ZIELGRUPPE DER myle.de

> 24.000 Einpendler

Menschen, die nur zum Arbeiten nach Leinfelden-Echterdingen kommen, aber an einem anderen Ort ihren privaten Lebensmittelpunkt haben. Sie gehen selten Bummeln durch LE, sodass sie die Angebotsvielfalt vor Ort gar nicht kennen. Sonst würden sie es sicherlich in der Mittagspause oder nach Feierabend nutzen.

> 10.500 Auspendler

Menschen, die aufgrund der günstigeren Mieten in Leinfelden-Echterdingen wohnen und bei der Industrie in der Region arbeiten (z.B. bei Daimler, Bosch, EnBW, Porsche, HP). Die Zielgruppe ist berufstätig, zielgerichtet und leistungsstark. Sie identifiziert sich nicht mit Leinfelden-Echterdingen, hat aber ein Interesse am schnellen und einfachen Einkauf (click & collect).

Digital Natives (14 – 27 Jahre)

Heranwachsende und Social-Media-affine Jugendliche (Schüler und Studenten), die in Leinfelden-Echterdingen aufwachsen. Sie fahren zum Shopping gerne nach Stuttgart oder Metzingen. Abends gehen sie in Stuttgart aus. Sie sehen sich eher als Stuttgarter und haben nur durch die Eltern Bezug zur Geschäftswelt in Leinfelden-Echterdingen. Sie suchen online, vergleichen Preise und bestellen direkt im Netz. Aktuelles erfahren sie über Soziale Medien. Per Messenger, Snapchat oder Whatsapp bleiben sie mit Freunden in Kontakt.

Hinzugezogene

Neue Bürger/innen, die LE noch nicht kennen

Bestandskunden

Menschen, die schon lange in Leinfelden-Echterdingen leben, und sich vermutlich über das Amtsblatt und die regionalen Zeitungen über Neuigkeiten in LE informieren. Sie stehen Entwicklungen im digitalen Bereich ggf. skeptisch gegenüber und setzen auf traditionelle Medienkanäle. Sie kaufen gerne regional und kennen Einzelhandel und Dienstleister in Leinfelden-Echterdingen bereits gut.

Quellen: www.leinfelden-echterdingen.de / Zahlen+Fakten
www.statistik-bw.de

25. November 2016

HINTERGRUNDINFORMATIONEN ZUM MARKT

Store 4.0 - Zukunft des stationären Handels

[<https://www.pwc-wissen.de/pwc/de/shop/publikationen/Store+4+0+Zukunft+des+stationaeren+Handels/?card=15956>]

- 12,2% durchschnittliches Wachstum des Online-Handels in den letzten zehn Jahren
- 0,2% durchschnittliches Wachstum des stationären Handels in den letzten zehn Jahren
- 64% der deutschen Konsumenten recherchieren online vor einem stationären Kauf
- 85% der 18 bis 34-jährigen tätigen mindestens einmal im Monat einen Einkauf über das Internet
- 15% der 25 bis 34-jährigen tätigen einmal täglich einen Einkauf im Internet

Retail ecosystem research, 2015

[<http://www.digitasibi.com/connectedcommerce2015/>]

- Research online, purchase offline (ROPO): 86% der Befragten recherchieren online, bevor sie das Produkt in einem Geschäft kaufen
- Viele deutsche Konsumenten recherchieren online über den Preis (35%) und die Verfügbarkeit eines Produkts (30%). Anschließend kaufen sie das Produkt in einem Geschäft vor Ort, wo sie es Sehen oder Probieren können (59%).

25. November 2016

BILDDATEIEN AUF DVD

