

Digitalisierung und ihr Einfluss auf den Handel in Deutschland

Prof. Dr. Werner Reinartz, IFH Köln/Universität zu Köln
Berlin, 28. Mai 2015

 **DIALOGPLATTFORM
EINZELHANDEL**

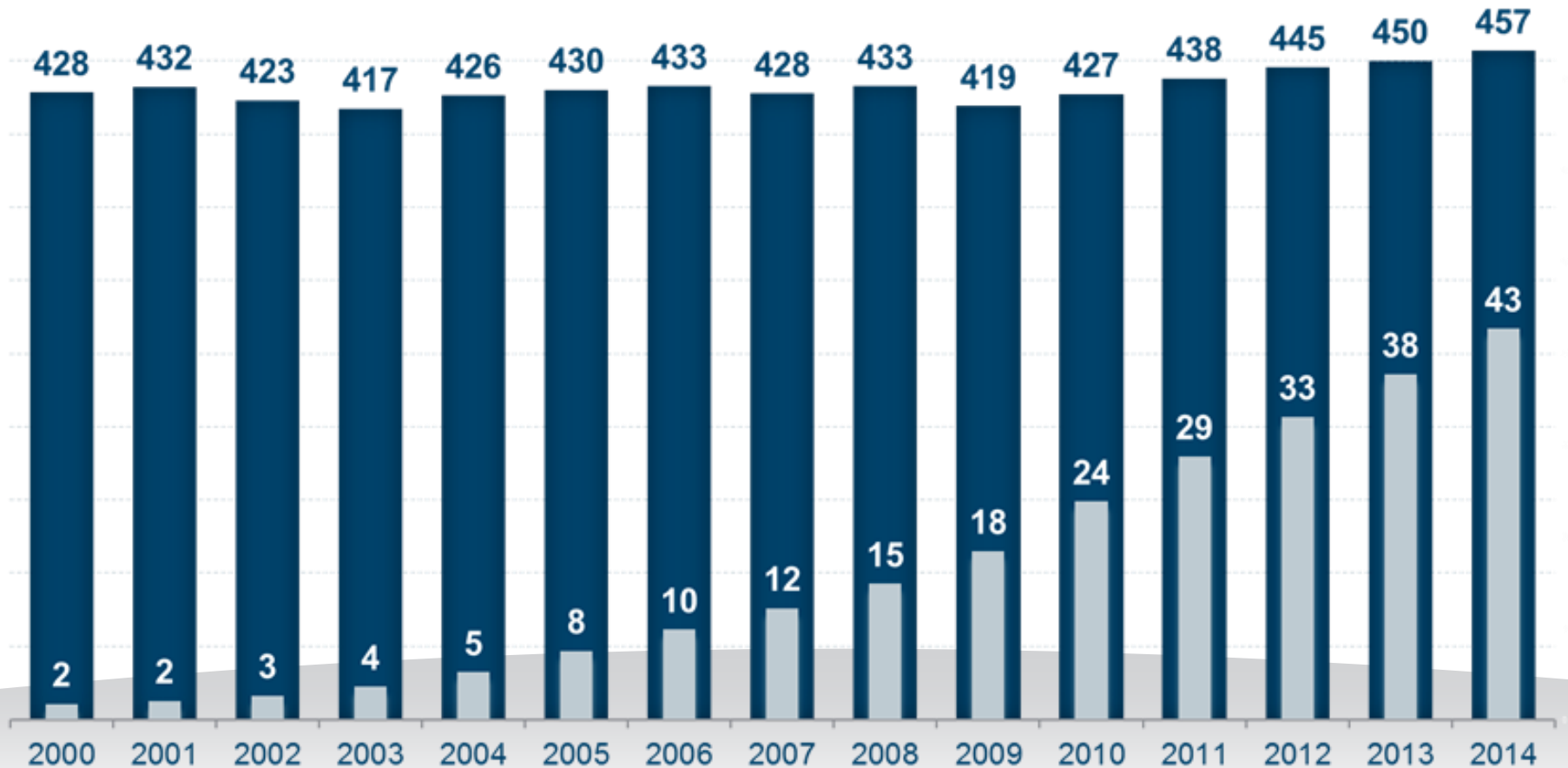
1 Digitalisierung und der Wandel der Handelsstrukturen

2 Digitalisierung verändert das Konsumentenverhalten

3 Konsequenzen für den stationären Handel

Umsatzentwicklung stationär und online

Umsatzwachstum im stationären Handel ist kleiner als 1 Prozent ...
... wo kaum Wachstum ist, da dominiert Verdrängung!



HDE: Der deutsche Einzelhandel, Dezember 2014. IFH Köln: Branchenreport Online-Handel, Köln, 2014.

■ Einzelhandel i. e. S.
■ Online-Handel

„Die absolut professionellen Offline-Händler werden überleben, aber 80 Prozent werden es nicht schaffen.“

„Geschäfte sind Mittelalter. Sie wurden nur gebaut, weil es kein Internet gab.“

Oliver Samwer – Rocket Internet-Macher und Zalando-Inspirator auf dem Tengemann eDay am 08.03.2013 und auf dem Konsumgüterforum CGF am 20.06.2014 in Paris

Strukturwandel im Handel allgemein

Vom Preis- zum Online-Offline-Wettbewerb ...

Gewinner



CAGR
(Durchschnittliche
jährliche
Wachstumsraten)

**Handel
i. w. S.
insgesamt:
0,5 % p.a.
(0,9% p.a.)
(2008-2013)**

Fachmärkte u. Filialisten:

+2,1% p.a.

+3,0 p.a.

Discounter:

+3,9% p.a.

+1,4% p.a.

Online-Handel:

+25,4% p.a.

+24,2% p.a.

Verlierer



Kleinbetrieblicher Fachhandel:

-2,4% p.a.

-1,9% p.a.

Kauf- und Warenhäuser:

-2,8% p.a.

-2,7% p.a.

Klassischer Versandhandel:

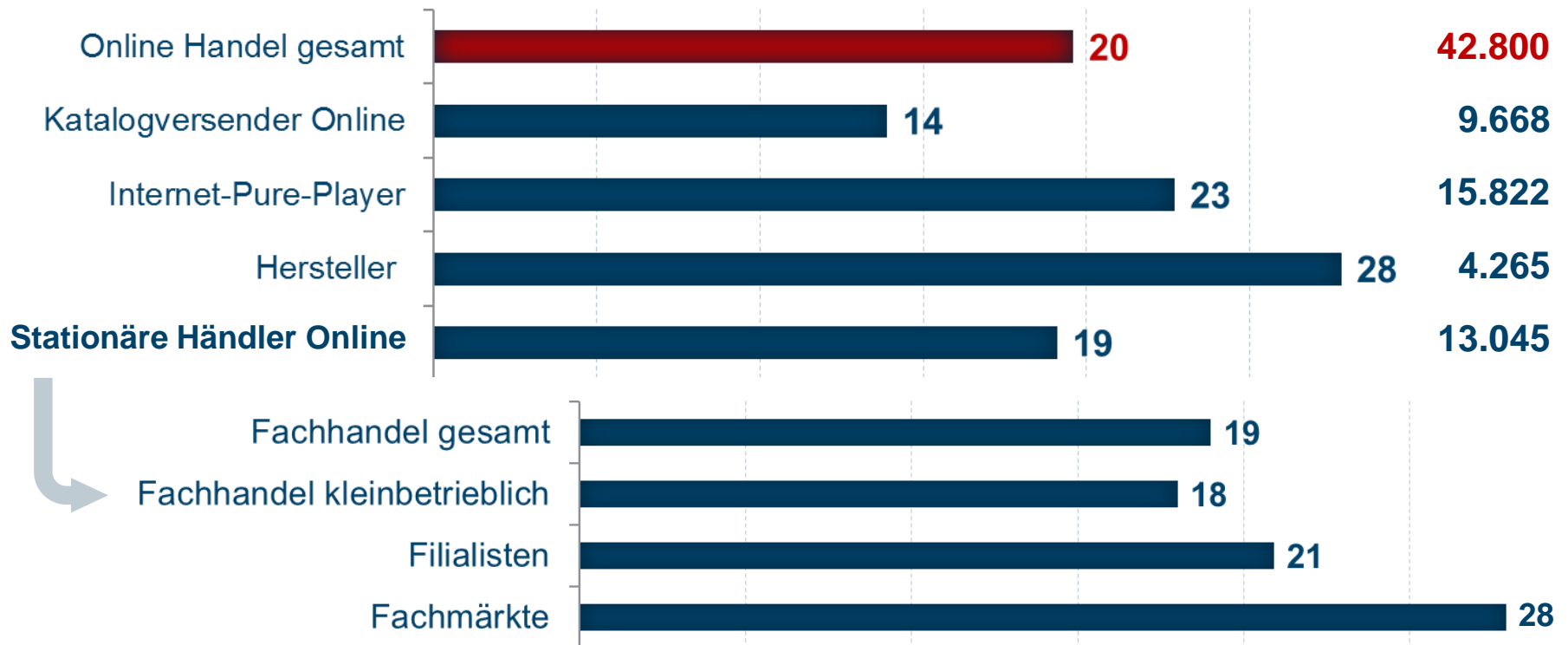
-2,7% p.a.

-3,5% p.a.

Stationäre Händler sind zusammengenommen neben Pure Playern wichtigster Online-Player – bisher jedoch mit unterdurchschnittlichem Wachstum.

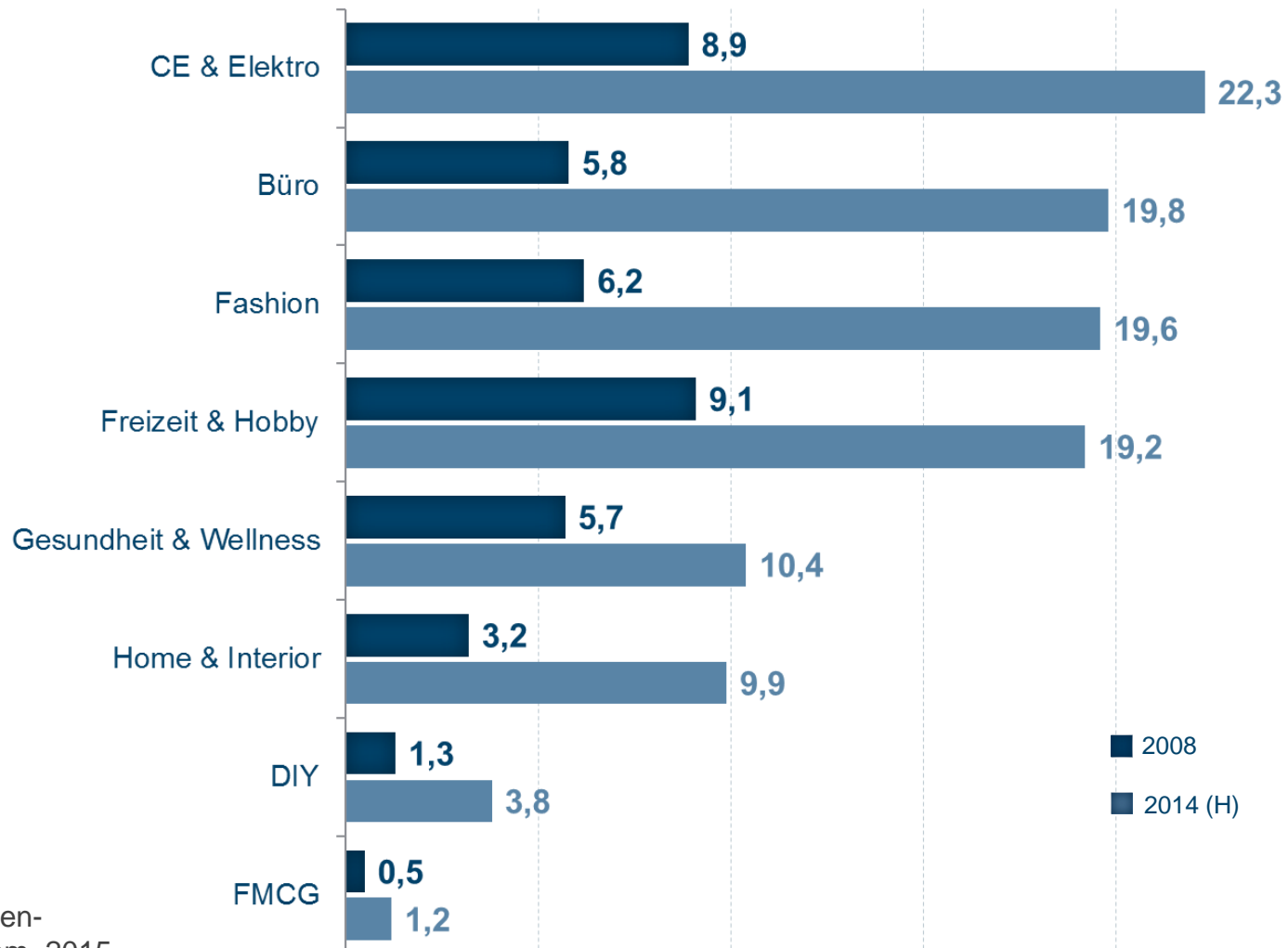
CAGR (Durchschn. jährliche Wachstumsrate) 2008-2014

Umsatz 2014 in Mio. EUR

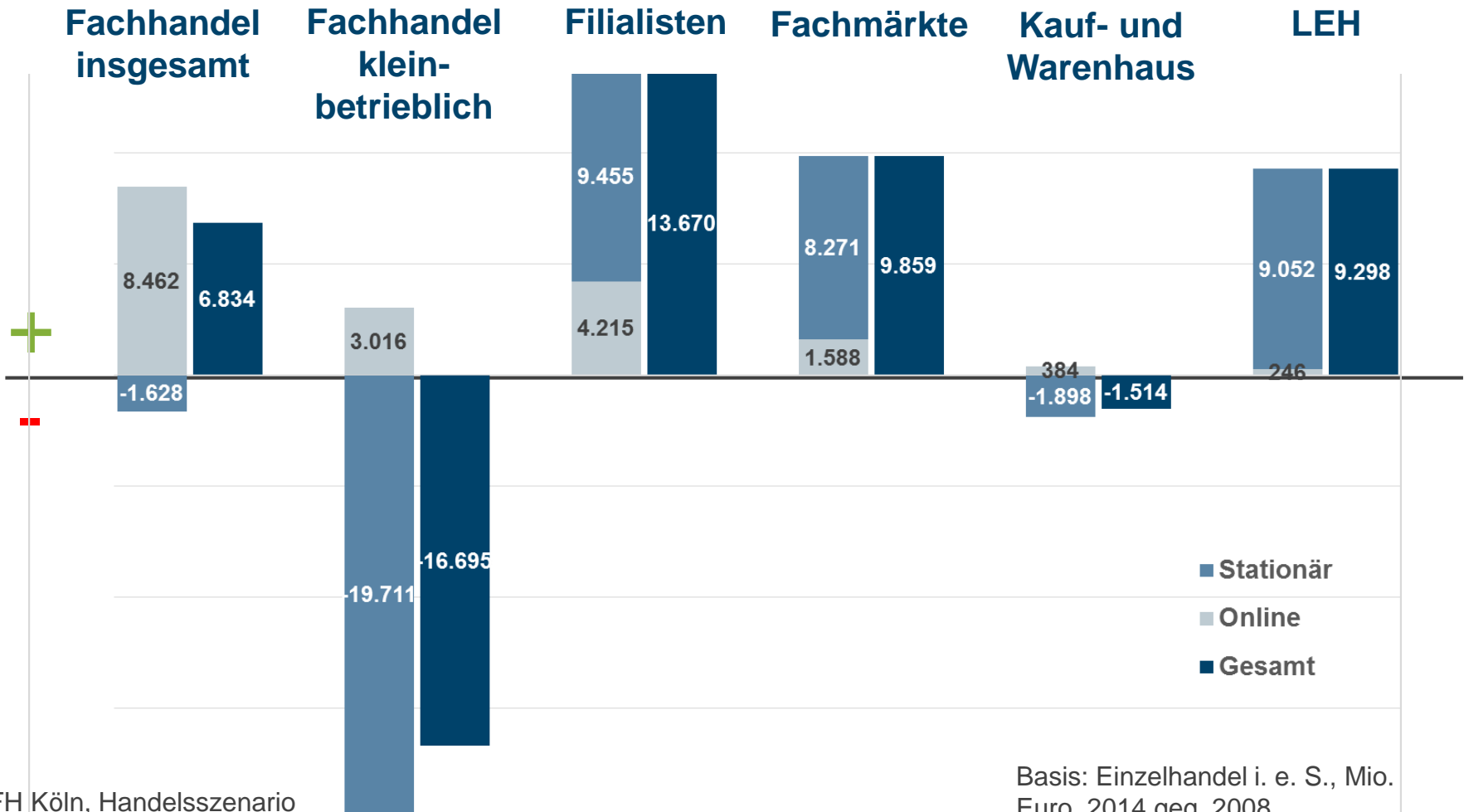


Online-Umsatzanteile Sortimentsbereiche

Der Umsatzanteil in CE & Elektro liegt bereits bei 22,3 % und damit deutlich über dem Handel i. e. S. mit 9,4 % bzw. 16,4 % (ohne FMCG).



Kleinbetrieblicher Fachhandel als großer Verlierer ...

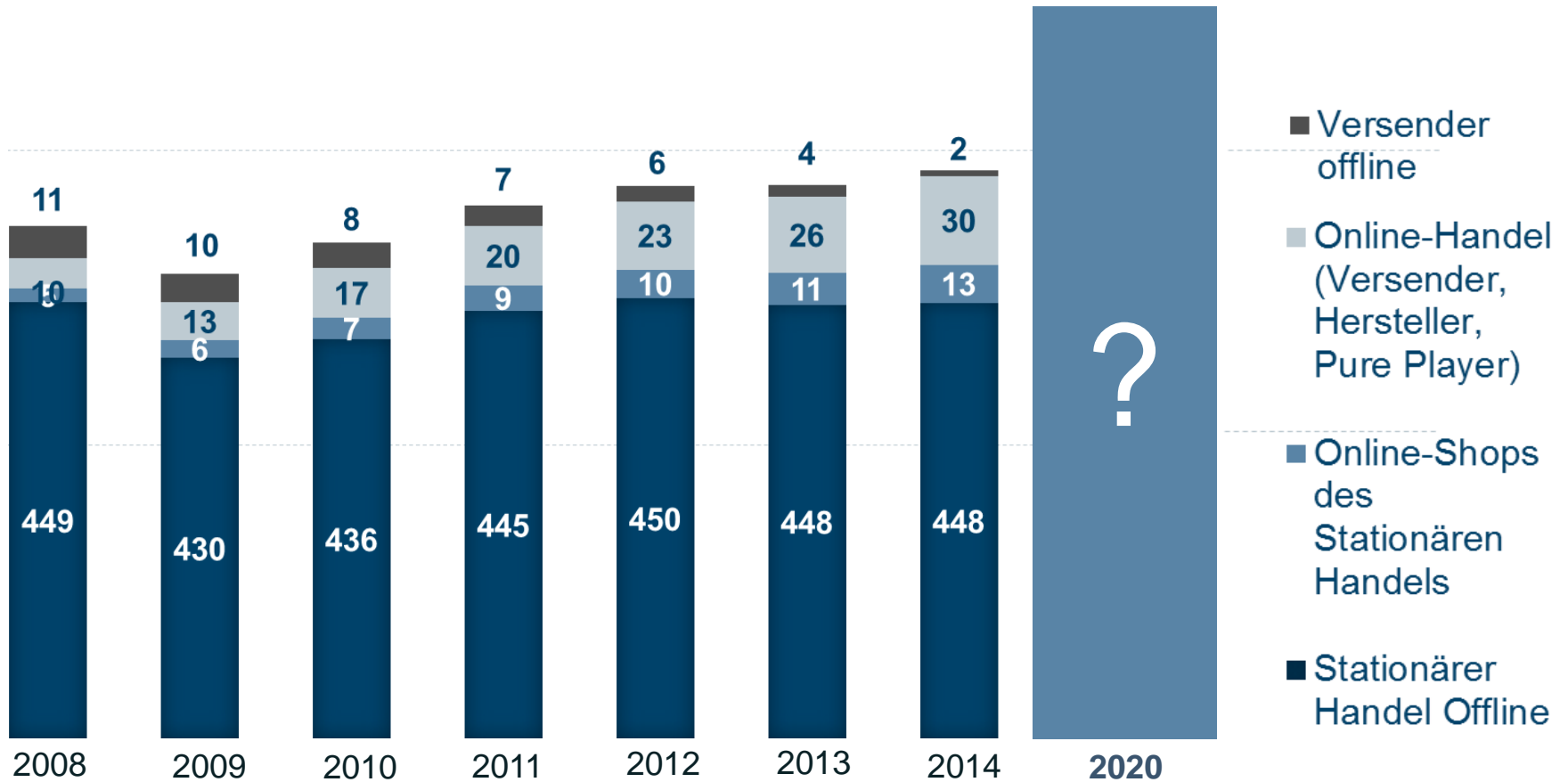


IFH Köln, Handelsszenario
2020, 2014

Basis: Einzelhandel i. e. S., Mio.
Euro, 2014 geg. 2008

Umsatz im Handel (i. w. S.) nach Formaten

E-Commerce bedrängt den stationären Handel? Der stationäre Handel verliert seit 2013 ...



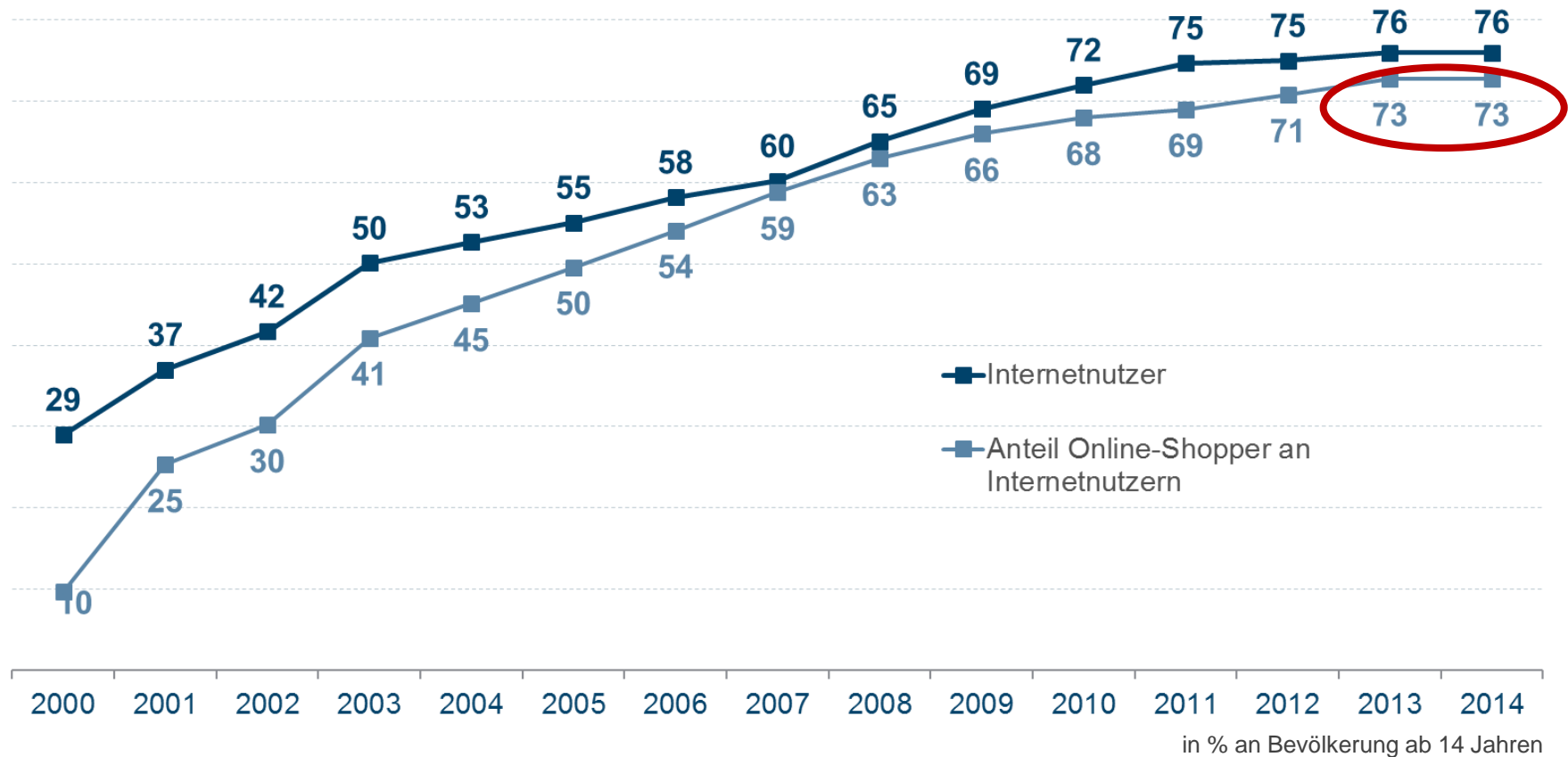
IFH Köln: Handelsszenario 2020, Köln, 2014.

1 Digitalisierung und der Wandel der Handelsstrukturen

2 Digitalisierung verändert das Konsumentenverhalten

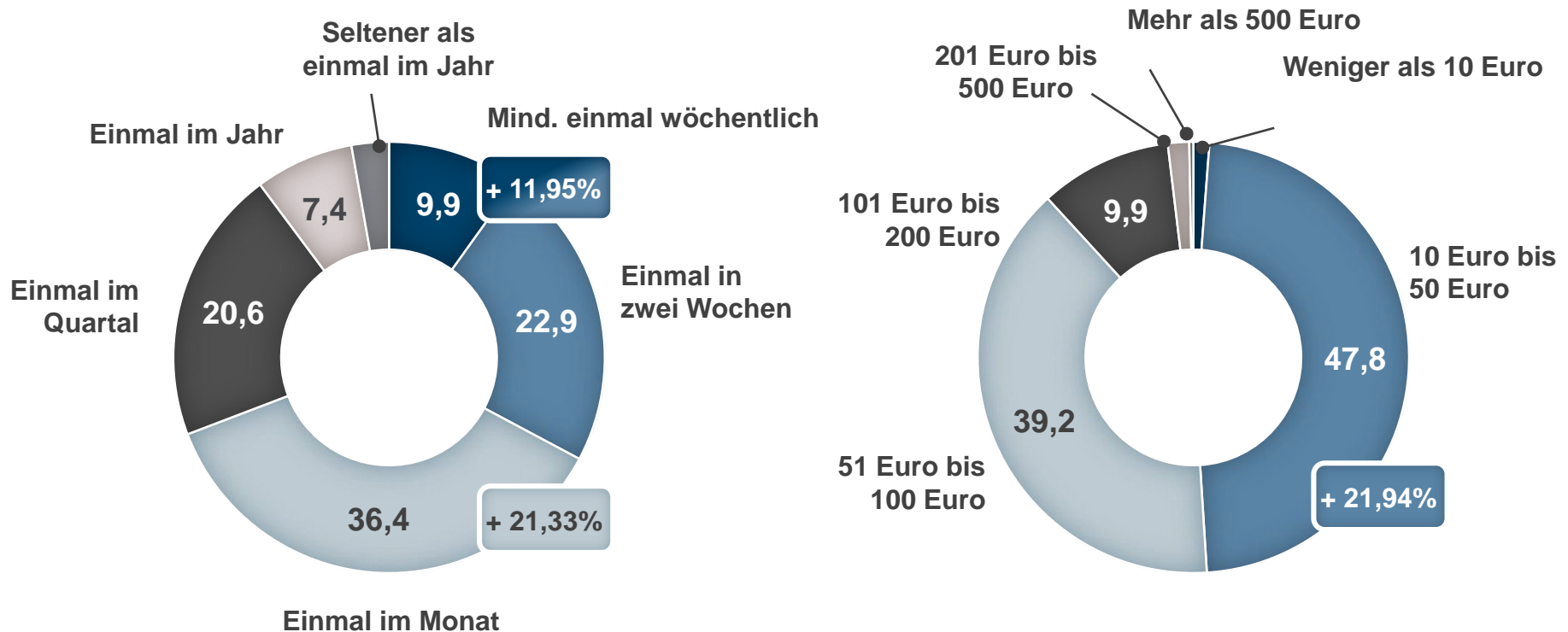
3 Konsequenzen für den stationären Handel

Der Anteil der Online-Shopper an der Bevölkerung stagniert auf hohem Niveau.



Institut für Demoskopie Allensbach: Allensbacher Computer- und Technik-Analyse Acta, 2014.

Online-Shopping ist etablierter Bestandteil des Konsumentenalltags geworden.



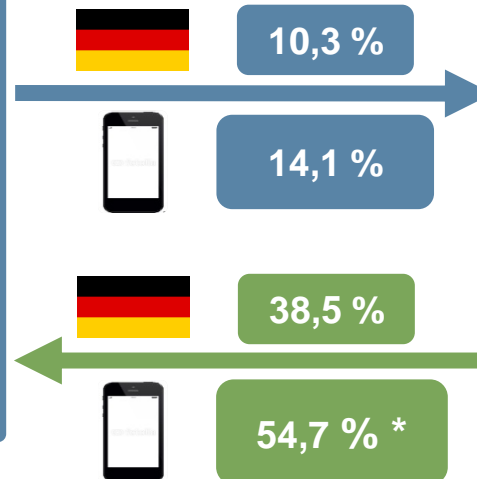
Werte unter 5 Prozent nicht ausgewiesen. Veränderungen zeigen Steigerung zum Jahr 2012.

n = 10.658

ECC Köln: Erfolgsfaktoren im E-Commerce – Deutschlands Top Online-Shops Vol. 4, Köln, 2015.

Online-Kaufvorbereitung mit großer Bedeutung für stationären Handel und weiterer Bedeutungszunahme in Zukunft.

Stationäre Geschäftsstellen



Online-Shop



Lesebeispiel: Bei den Smart Natives gehen 54,7 Prozent der Käufe in stationären Geschäftsstellen eine Informationssuche in Online-Shops voraus. Bei den deutschen Onlinern sind es lediglich 38,5 Prozent.

384 ≤ n ≤ 826

 Deutsche

 Smart Natives

ECC Köln: Cross-Channel im Umbruch – Das Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten Vol. 7, Köln, 2015.

Kanalpräferenzen nehmen ab – selektive Kanalwahl dominiert.



Institut für Demoskopie Allensbach: ACTA 2012, Allensbach, 2012. ECC Köln: Cross-Channel 2020 – Smart Natives im Fokus, Köln, 2014. ECC Köln: Cross-Channel im Umbruch – Das Informations- und Kaufverhalten der Konsumenten, Köln, 2015.

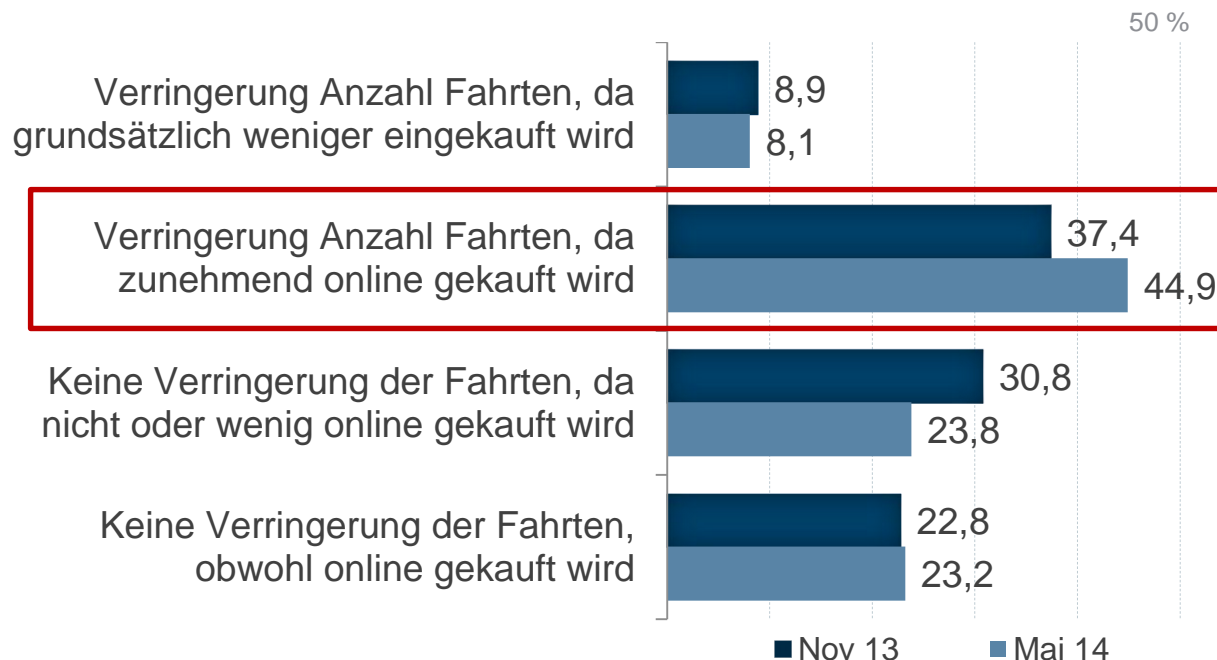
1 Digitalisierung und der Wandel der Handelsstrukturen

2 Digitalisierung verändert das Konsumentenverhalten

3 Konsequenzen für den stationären Handel

Steigende Online-Aktivitäten sind Hauptursache für sinkende Besuche der Innenstädte.

Auswirkungen auf Besuchsfrequenz von Stadtzentren



939 ≤ n ≤ 963

Konsequenzen

Anzahl Filialen



Markt-
konzentration



Standort-
abhängigkeit



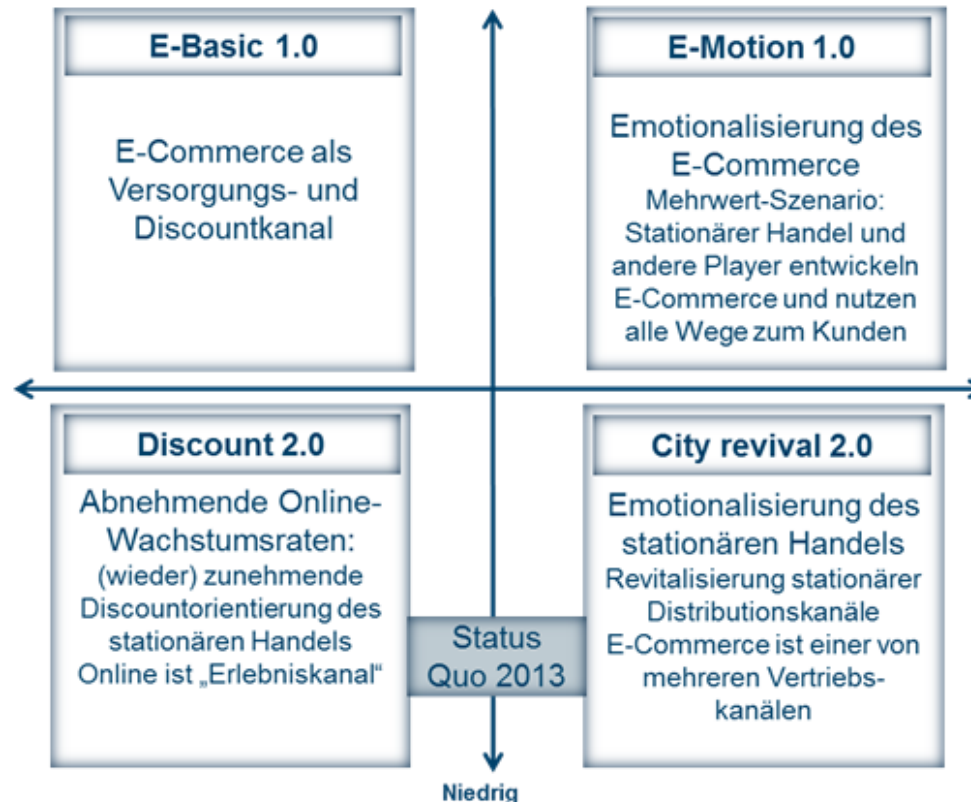
Handelsszenario 2020



Die zukünftige Handelsentwicklung bewegt sich zwischen den Polen: „Online kontra Stationär“ und „Discount kontra Mehrwert“.

E-Commerce-Anteil
am Handelsvolumen

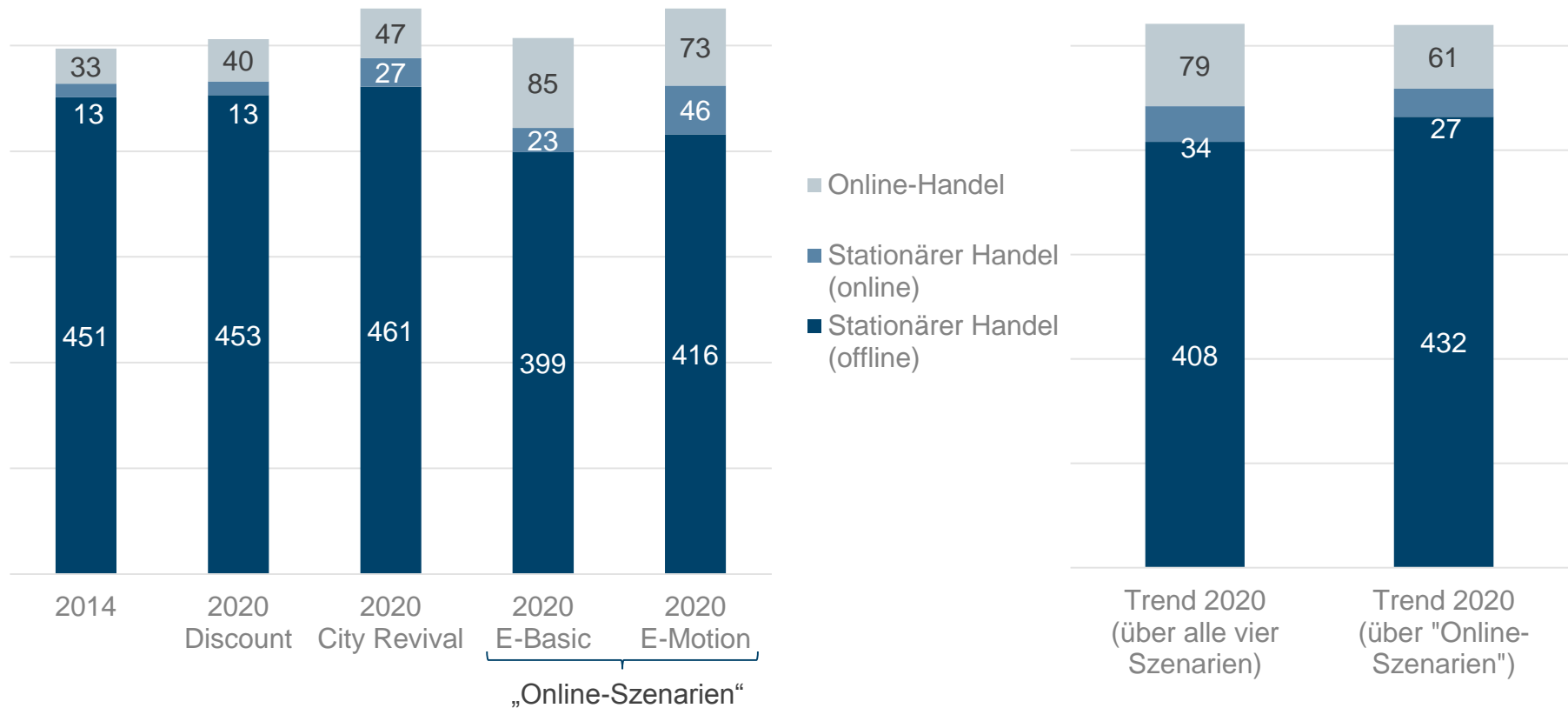
Hoch



Gebremstes Marktwachstum durch Handelsmarken (Preiseinstieg), wachsende Discountorientierung

Marktwachstum durch Marke, Premium, Nachhaltigkeit, neue Zielgruppen

E-Commerce bedrängt den stationären Handel? In den Modellrechnungen 2020 verliert der stationäre Handel stationär zwischen -19 und -43 Mrd. EUR.



IFH Köln: Handelsszenario 2020, Jahrgang 2014, Köln, 2014.

Ökonomische & gesellschaftliche Konsequenzen?

1.

... ohne Wachstum gibt es „nur“ Verdrängung!

2.

... Konsumenten- und Marktsicht sprechen für Handelszukunft mit Multi-Channel-Konzepten!

3.

... erfolgreiche Online-Auftritte differenzieren im Verdrängungswettbewerb die Sieger!



Prof. Dr. Werner Reinartz

**Universität zu Köln
Seminar für Handel und
Kundenmanagement
Albertus-Magnus-Platz 1
50923 Köln**

Tel +49 (0)221 470 5751



IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Dürener Str. 401b / 50858 Köln

T +49 (0) 221 / 94 36 07-10

F +49 (0) 221 / 94 36 07-64

info@ifhkoeln.de

www.ifhkoeln.de

- Seite 5: © Roman Milert -Fotolia_1661664_XS
- Seite 13: © Andres Rodriguez-Fotolia_11442191_L
- Seite 17: © Handelsszenario 2020, IFH Köln
- Seite 20: **Rü EVA**
- Seite 22: © Professor Dr. Werner Reinartz, Universität zu Köln