

# Dialogplattform Einzelhandel - ZHH als Vertretung des Fachhandels vor Ort: Neue Perspektiven für den Einzelhandel

## Strukturwandel unabwendbar

Seit vielen Jahren wird der Einzelhandel durch einen starken Wettbewerb mit großen Filialisten und Großflächenkonzepten gefordert, in jüngerer Vergangenheit bekommt der Online-Handel immer stärkeres Gewicht. Außerdem hat sich der Konsument verändert. Er stellt heutzutage deutlich höhere Ansprüche an den Einzelhändler und ist häufig sehr gut informiert. Auch unterscheiden die meisten nicht zwischen den verschiedenen Einkaufskanälen und wollen schrankenlos wechseln können.

## Handlungsempfehlungen als Ergebnisse der Workshops

Digitalisierung ist das Thema, das alle anderen überragt. Kein anderes wird mehr Auswirkungen auf die Handelslandschaft haben. Es müssen **Digitalisierungsstrategien** entwickelt werden. Teilweise muss auch erst noch die Basis geschaffen werden - wie zum Beispiel ein **flächendeckender Breitbandausbau**. Digitalisierung muss intern und extern umgesetzt werden. Intern, um Prozesse bspw. durch die Warenwirtschaft innerhalb des Unternehmens zu vereinfachen und zu beschleunigen. Extern, um Kunden auf allen Kanälen zu erreichen und die Zufriedenheit und Kundenbindung zu steigern. Digitalisierung erfordert Investitionen, sowohl in die entsprechenden Systeme (Hard- und Software) als auch in die **Weiterbildung** der Mitarbeiter. Digitalisierung

darf nicht nur individuell erfolgen, das Umfeld muss mit einbezogen werden. Händler und Kommunen müssen gemeinsam ein Konzept zur Digitalisierung erarbeiten, dürfen dabei aber die klassischen Themen wie Verkehrsanbindung, Parkplätze, Sicherheit, Sauberkeit etc. nicht vergessen. Wichtig ist auch, den **Bürgerwillen** zu erfragen und möglichst umzusetzen. Die Initiativen müssen akzeptiert werden, sollen sie Erfolg haben. Im ländlichen Raum oder am Stadtrand sind Zusammenschlüsse sinnvoll, um die Nahversorgung zu verbessern. Bring- und Abholdienste, Online-Shopping im regionalen Umfeld sind bspw. sinnvolle Initiativen, um auch kleinere Orte lebenswert zu erhalten.

Gute Mitarbeiter sind für den Erfolg unabdingbar. Als Arbeitgeber müssen Sie also versuchen, die ins Unternehmen passenden Menschen zu erreichen. Dazu müssen Sie auf allen Kanälen suchen. Eine Zeitungsanzeige reicht nicht mehr aus, die Social Media Kanäle - Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn ... - müssen ebenfalls genutzt werden. Die Handelswelt ist im Umbruch, deshalb muss jeder Mitarbeiter sich stetig weiterqualifizieren, zumindest die Möglichkeit dazu erhalten. Überdacht werden sollten die tradierten Arbeitszeitmodelle, oftmals bewirken schon kleine Veränderungen eine erhöhte Mitarbeiterzufriedenheit und somit Bindung an das Unternehmen.

**Sichergestellt werden muss ein fairer Wettbewerb zwischen Online- und Offline-Handel, wobei aber der stationäre Handel seine Existenzberechtigung nicht verlieren darf und ihm die Möglichkeit der Anpassung eröffnet werden muss, so unser Standpunkt.** Hier sind alle - besonders auch der Gesetzgeber - gefragt.

Es gibt große regionale Unterschiede, deshalb wird es Gewinner und Verlierer geben, aber um

die Verluste so gering wie möglich zu halten, sollte sich der Einzelhandel konzentrieren und nicht weiter zersiedeln. Durch **Kooperationen** kann die Nahversorgung überall gewährleistet werden.

Die Basis, um den **Strukturwandel** gut umzusetzen, besteht aus drei Segmenten:

1. müssen die **Rahmenbedingungen** stimmen, die technischen und die menschlichen, also Netzausbau, gute Infrastrukturen und sensibilisierte Mitarbeiter. Die Handlungsspielräume dürfen nicht durch antiquierte Gesetze und Verordnungen beschränkt werden.
2. müssen die passenden **Werkzeuge zur Umsetzung** vorhanden sein. Einfach zu bedienende Programme, einheitliche Standards und die Möglichkeit, verschiedene Anforderungen und Budgets zu nutzen. Auch Finanzierungshilfen in Bezug auf moderne Services sind erforderlich. Über Plattformen lassen sich Synergien erreichen.
3. bieten **Modellprojekte** die Chance, neue Maßnahmen zu testen und die Ergebnisse einer breiteren Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen.

## Workshop: Digitalisierung und technologische Herausforderungen

Die neuen technischen Möglichkeiten haben das Konsumverhalten maßgeblich verändert. Das Internet ist allgegenwärtig und sowohl Käufe als auch Informationsbeschaffung finden immer häufiger online statt. Als Händler kann man diese Entwicklung nicht ignorieren, sondern muss sich diesen Herausforderungen stellen. Unterstützt werden muss der Handel durch gute Rahmenbedingungen, wie z.B. schnelles Internet, sichere Rechtsgrundlagen, Ausbau und Anpassung der Förderprogramme, da Digitalisierung ein umfassender und teurer Prozess ist. Weiterbildung in Bezug auf das Internet, den Online-Handel, digitale Strukturen im Unternehmen, den Umgang mit Daten ist absolut erforderlich. Im nächsten Jahr wird der neue Ausbil-

## Historie

Die Dialogplattform Einzelhandel wurde im April 2015 auf Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie - BMWi gegründet. Beteiligt waren Vertreter aller betroffenen Gruppen: Händler, Hersteller, Funktionäre und Politiker. Seitens des ZHH konnten mehrere Vertreter an den Workshops teilnehmen: Thomas Dammann, Norbert Caesar und Paul Leinen. Weitere waren interessiert, haben aber leider keinen Platz mehr bekommen. Im Juni 2017 wurden die Ergebnisse in Berlin vorgestellt und sind nun in Form von Broschüren oder auf der Internetseite des BMWi ([www.dialogplattform-einzelhandel.de](http://www.dialogplattform-einzelhandel.de)) nachzulesen. Während der Diskussionsrunde am 6. Juni 2017 in Berlin nannte der HDE derzeit 18% des Umsatzes als Non-Food-Online-Umsatz und schätzt, dass in den nächsten fünf bis zehn Jahren weitere 18% dazukommen. Dies bedeutet, dass die Kunden auf allen Kanälen bedient werden müssen, da mehr als ein Drittel des Non-Food-Umsatzes online erwirtschaftet werden wird. Zwingend sind Daten und Warenwirtschaftssysteme. Der HDE fordert bis zu zehn Sonntagsöffnungen ohne Anlass, um konkurrenzfähig zu bleiben. Als Fortsetzung der Workshops wurde das Kompetenzzentrum für die Entwicklung des digitalisierten Einzelhandels gegründet.

dungs- und Fortbildungsberuf Kaufleute im E-Commerce bzw. Fachwirte im E-Commerce starten. Diese Ausbildungen fokussieren sich auf die neuen Anforderungen.

Nur wer im Internet in Erscheinung tritt, existiert für die Verbraucher. Auf Basisinformationen wie Anschrift, Kontaktdaten und Öffnungszeiten sowie Hinweise zum Sortiment kann niemand mehr verzichten. Auch im individuellen Kundenkontakt geht es nicht mehr ohne digitale Maßnahmen, Kassen sollten z. B. NFC-fähig sein. Im Hintergrund sollte über ein intelligentes Warenwirtschaftssystem die Arbeit in allen Bereichen effizienter gemacht werden. Auch können hiermit die erhobenen Kundendaten besser ausgewertet werden. Je mehr Sie über Ihre Kunden wissen, desto genauer können Sie auf deren Wünsche eingehen und sorgen so für Zufriedenheit und Kundenbindung.

Synergien in der realen Welt - zwischen Händlern und auch zwischen Händlern und Herstellern - entstehen durch **partnerschaftliche Zusammenarbeit**. Verbundlösungen werden wichtiger. Gemeinsam können die Investitionen - sowohl finanziell als auch wissensmäßig - leichter verkraftet werden. Von allen wird eine hohe Flexibilität erwartet, da der Prozeß der Digitalisierung mitten im Fluß ist. Ziel aller Maßnahmen ist der Kundennutzen, stationärer und Online-Handel sind im Idealfall zwei Seiten einer Medaille. Künftig wird es weniger um den Verkauf von Produkten gehen, sondern um das Angebot von Serviceleistungen: Mieten statt kaufen, Carsharing statt eigenem Auto sind Beispiele für solche Angebote.

### Workshop: Perspektiven für eine lebendige Stadt

Für eine attraktive Innenstadt ist der Einzelhandel ein wichtiger Faktor. Menschen kommen in die Städte um zu bummeln und um einzukaufen. Sie wollen etwas erleben, sie suchen **Emotionen**. Es muss einen Kontrast zum Angebot auf der grünen Wiese und zum Internet-Handel geben. Einen Mehrwert, der bewirkt, dass die Menschen in die Innenstädte kommen. Auch hier kann der Handel alleine keine großen Veränderungen bewirken. Städte und Kommunen, Kammern und Verbände müssen die passenden Rahmenbedingungen schaffen. Es muss ein stimmiges Konzept erstellt wer-

den, das einen ausgewogenen **Mix aus Branchen und Geschäften, aus Wohn- und Geschäftsraum, aus Konsum und Produktion** darstellt. Das Stadtbild muss authentisch sein. Es ist auch kein statisches Gebilde, sondern sollte sich dynamisch den Erfordernissen anpassen. Durch die **konstruktive Zusammenarbeit** von Behörden, Handel, Immobilienbesitzern und Bürgern kann es gelingen, ein in sich stimmiges Konzept zu erarbeiten und umzusetzen. Digitale Services erleichtern hier die Kommunikation untereinander und nach außen.

### Workshop: Perspektiven für den ländlichen Raum

Die Entwicklung in den letzten Jahren zeigt, dass ländliche Räume oder auch Stadtrandlagen zunehmend problematisch werden. Die Ansprüche steigen, die Mobilität ist gewachsen und generell leben weniger Menschen auf dem Land. Der Trend geht - gerade auch im Alter - dahin, (wieder) in die Stadt zu ziehen. Dies hat dazu geführt, dass die Versorgung mancherorts noch nicht einmal mehr rudimentär ist. Um hier die Versorgung zu verbessern, ist die Digitalisierung eine Hilfe, die Vernetzung der Bewohner - untereinander und mit verschiedenen Händlern und Dienstleistern - kann vieles erleichtern. Basis ist ein schnelles (Breitband-)Internet, Informationen darüber, was möglich ist, und die Zusammenarbeit in Kooperationen oder als Nachbarschaftshilfe.

Alles hängt von der **Akzeptanz der Bevölkerung** ab, nur wenn die Angebote angenommen werden, haben sie Erfolg und verbessern die Lebensqualität.

### Workshop: Perspektiven für Arbeit und Berufe

Der Einzelhandel ist einer der größten Arbeitgeber in Deutschland. Mehr als drei Millionen Menschen sind hier beschäftigt. Durch den grundlegenden Strukturwandel haben sich die Anforderungen an die im Handel Beschäftigten stark verändert. Technik in verschiedenen Ausprägungen, höhere Erwartungen der Kunden, da sie oftmals schon gut informiert in die Läden kommen, sowie eine Verzahnung von Offline- und Online-Vertriebswegen verursachen einen stetigen **Weiterbildungsbedarf**. Keiner sollte sich auf dem ausruhen, was

er einmal gelernt hat. Es muss aber ein differenziertes Qualifizierungsangebot geben, damit bedarfsgerecht - sowohl in Bezug auf das Unternehmen als auch in Bezug auf den Mitarbeiter - gelernt werden kann. Wichtige Felder sind „Multi Channel“, „digitale Kunden“ und „digitale Hilfsmittel am PoS“.

Arbeit im Handel hat manchmal ein schlechtes Image: lange Arbeitszeiten, auch am Wochenende, geringes Entgelt, wenig Perspektiven ... In Zeiten des sich verschärfenden Fachkräftemangels sind die Arbeitgeber daher gefordert, neue Konzepte zu entwickeln, neue Arbeitszeitgestaltungen zu entwickeln, Flexibilität zu zeigen und die Mitarbeiter miteinzubeziehen, wenn Veränderungen geplant werden. **Loyale qualifizierte Mitarbeiter sind ein Schlüssel zum Erfolg.**

### Workshop: Wettbewerbspolitik

Durch die zunehmende Digitalisierung wird der Wettbewerb größer. Die Preistransparenz durch das Internet ermöglicht sekundenschnelle Vergleiche, die früher sehr aufwendig waren. Durch den Online-Verkauf ist grenzüberschreitender Handel für viele möglich. Hersteller weigern manchmal den Internetverkauf, weil sie Angst um den Markenwert haben oder geben unterschiedliche Preise vor. **Als ZHH unterstützen wir diesen selektiven Vertrieb, der die Leistungen des vorwiegend stationären Fachhandels honoriert.** Probleme entstehen z. B. bei Ladenöffnungszeiten, bei unterschiedlichen Rücknahmeverpflichtungen, bei Bagatellabmahnungen. Die gesetzlichen Grundlagen hinken der Realität hinterher, und es ist eine gewisse Rechtsunsicherheit entstanden. Manches wird vor Gericht geklärt und im schlimmsten Fall werden vergleichbare Tatbestände von verschiedenen Gerichten konträr beurteilt. Es muss wieder **Rechtssicherheit** hergestellt werden. Außerdem müssen die Auswirkungen der Vertikalisierung weiter erforscht werden. Mehr hierzu in der nächsten ZHH-Information.

Auf der Internetseite [www.dialogplattform-einzelhandel.de](http://www.dialogplattform-einzelhandel.de) wurde ein Wissensarchiv aufgebaut. Zu den Workshops gibt es Broschüren, die Sie auch in der Geschäftsstelle abrufen können (E-Mail: [claudia.koch@zh.de](mailto:claudia.koch@zh.de)).