

Status quo im Einzelhandel

Dem Fachhandel weht ein eisiger Wind entgegen. Vertikalisierung, Filialisierung und Franchisesysteme machen es inhabergeführten Geschäften nicht leicht. Als Konkurrenz hinzu kommt noch der stetig wachsende Online-Handel. In Teil 1 seiner Analyse zeigt Handelsprofi **Alexander Schmidt** den derzeitigen Istzustand.

Marktdominanz am PoS

Und täglich grüßt das Murmeltier. Landauf, landab das gleiche Bild. Filialisten und Franchiseunternehmen nehmen die prominenten Plätze in den Fußgängerzonen ein. Eine Stadt gleicht der anderen. Wer will, findet im Internet allein in Hamburg 18 Filialen von Douglas und acht der Juwelierkette Christ. Geballt ist diese Dominanz vor allem in den Einkaufszentren anzutreffen. Es reiht sich aneinander, was Rang und Namen hat. Wer Hunger verspürt, isst bei irgendeiner Franchise-Kette, gewollt oder nicht. Marktmacht und Konzentration wohin das Auge hinsieht.

Der Standort

Utopische Mieten an prominenten Plätzen und Straßen. Diese Summen zu erwirtschaften, ist für einen Fachhändler fast unmöglich. Weniger attraktive Standorte verlieren weiter an Bedeutung, Leerstände sind keine Seltenheit. Diese Situation wird sich weiter verschärfen.

Die kleine Welt

Das Internet ist so klein, wie Ihre Stadt oder Ihr Dorf. Glauben Sie nicht? Dann schreiben Sie ohne lange zu zögern Ihnen bekannte Onlinehändler auf. Wissen Sie jetzt, was ich meine? Dazu gesellen sich die oben genannten Filialisten und Hersteller mit eigenen Shops. Der Kampf um Marktanteile spielt sich auf immer mehr Kanälen ab. Je größer ein Unternehmen ist, desto härter der Kampf.

Zur Person

Alexander Schmidt ist seit mehr als 35 Jahren im Einzelhandel tätig. Seit mehr als 16 Jahren berät und begleitet er Händler bei ihrer Geschäftsaufgabe und bei Verkaufsaktionen im alltäglichen Geschäft. Davor war Schmidt Inhaber eines Einzelhandelsfachgeschäftes, bevor er es Gewinn bringend verkaufte und sich selbstständig machte.



Das Dorf

Internet ist das Dorf, das die Welt bedeutet. Nun können Sie sich vorstellen, welche Macht und welchen Vorsprung Amazon hat. Dieser Vorsprung wird auf allen Ebenen ausgebaut. Sei es mit eigenen Filialen vor Ort oder im Bereich Lebensmittel mit amazon-fresh. Ebenso ist vorstellbar, dass es in Zukunft amazon-car oder amazon-holiday etc. geben könnte. Und Kundenservice versteht dieser Handelsmagnat auch. Onlineeinkäufe werden bald noch am gleichen Tag ausgeliefert. Das Internet der Dinge wird Fakt. Viele Menschen tragen Uhren, die mit dem Internet verbunden sind. Alle Daten dieser Uhr werden ständig ins Netz geschickt. In Zukunft wird diese Uhr vollkommen automatisch melden, dass Sie zum Batteriewechsel abgeholt werden kann. Der Kühlschrank meldet, welche Lebensmittel aufgebraucht sind. Prompt kommt die Lieferung, frei Haus, versteht sich.

Faktor Mensch / Umwelt

Man hat das Gefühl, die Welt steht auf dem Kopf. Unsere Bedingungen haben sich dramatisch verändert. Terror, flüchtende Menschen, politische Unsicherheiten, Kriege etc. schüren Ängste. Das Leben in den sozialen Medien lässt persönliche Kontakte und Begegnungen weniger werden. Mehr denn je im Trend liegt Cocooning/Homing. Im kuscheligen Heim Gemütlichkeit genießen oder einfach Freunde einladen. Dieser Trend wird zunehmen. Ein erkennbarer Trend ist auch die Qualitäts-gastronomie. Wenn schon, soll es etwas Besonderes sein.

Fazit

Der Klick vom heimischen Sofa aus wird an Fahrt gewinnen. In Zeiten von hoher Arbeitsverdichtung und Zeitmangel ist das die logische Konsequenz. Trotzdem werden mehr und mehr Filialisten die Städte besiedeln. Doch es gibt sie immer: Die Chance für den Fachhandel vor Ort. Alexander Schmidt zeigt in Teil 2, welche Stärken der stationäre Fachhandel hat und wie er seine Gelegenheiten optimal nutzen kann.

www.schmidt-aktionsverkauf.de
Alexander Schmidt