



## Friedliche Koexistenz zwischen Einzel- und Onlinehandel?

29.08.2019 Unternehmertag in Hilden 2019: „Kaufen wir 2030 alles im Netz?“  
 Veröden die Innenstädte, weil immer mehr Kunden ihre Waren im Internet kaufen? Dieses Szenario treibt seit Jahren die Einzelhändler und Werbegemeinschaften um. Das spiegelte sich auch beim Thema des **Hildener Unternehmertages 2019** im Gewerbepark-Süd wider: "Kaufen wir 2030 alles im Netz?".

*Foto oben v.l.: Volker Hillebrand (Stadtmarketing Hilden GmbH), Holger Böhme (EP:Böhme und Zippert), Gastredner Dr. Bernhard Düttmann, Bürgermeisterin Birgit Alkenings, Frederic Knaudt (Picnic), Hans-Jürgen Braun (Gewerbepark-Süd), Christian Schwenger (Wirtschaftsförderung Hilden), Sabine Yener (Hildener Industrieverein), Olaf Tkotsch (Stadtmarketing Hilden e.V.) und Florian Rinke (Rheinische Post).*

Die Gastgeber – Hildener Industrieverein, Stadtmarketing Hilden und Wirtschaftsförderung Hilden – haben dazu den Betriebswirtschaftler Dr. Bernhard Düttmann als Referenten eingeladen, der unter anderem bei Tesa, Beiersdorf und Lanxess im Vorstand saß.

Hier die wesentlichen **Thesen seines Vortrages**:



*Hilden hat eine attraktive Innenstadt. Doch wie kann sich der stationäre Handel gegen die Online-Konkurrenz behaupten?*

- Der Online-Handel wächst, der stationäre Handel verliert Marktanteile: „Wir werden definitiv mehr online kaufen!“
- Die Gesellschaft hat sich seit den 90er Jahren verändert:  
Männer können nicht mehr alleine eine Familie versorgen. Auch die Frauen müssen arbeiten. Das bedeutet auch: weniger Zeit zum einkaufen.  
Einst waren die Größe der Verkaufsfläche und die Angebote in Geschäften erfolgsentscheidend. Die großen Online-Händler von heute haben dagegen große Lager und bieten im Internet eine grenzenlose Auswahl an. Auch Preisvergleiche sind so leichter möglich. Früher waren Bücher, TV und Presse die Wissens- und Informationsquellen. Heute bekommen die Menschen über Google alle Infos, die sie brauchen. Fernsehangebote werden zunehmend nicht mehr nach Programm geschaut, sondern gestreamt.
- Die Schlussfolgerung: **Der Handel muss den Entwicklungen der Gesellschaft folgen!**

### Wie soll das gehen?

- **Vorteile stationärer Handel**

Kunde kann die Ware direkt sehen, anfassen und „fühlen“.

Persönliche Beratung

Kleidung kann direkt anprobiert werden.

Zubehör und „Impulsartikel“ können gleich mitgekauft werden.

Reparaturservice

- **Nachteile stationärer Handel**

Starre Öffnungszeiten

Nicht immer (günstige) Parkplätze vorhanden

Kunden klagen über „schlechten Service“

Gewünschte Produkte sind ggf. nicht verfügbar

Endlose Gänge in großen Warenhäusern

Lange Schlangen an den Kassen

- **Vorteile Online-Handel**

Ware rund um die Uhr verfügbar

Vermeintlich günstigster Preis

Lieferung direkt nach Hause – bequem für Kunden

Leichte Rückgabe

- **Nachteile Online-Handel**

Wenn Paket nicht zustellbar ist, muss es der Kunde bei der Post abholen – und sich wieder in die Schlange stellen.

Das gelieferte Produkt könnte nicht den Erwartungen des Kunden entsprechen.

Es könnte ein falsches Produkt geliefert werden.

Zubehörteile könnten fehlen.

Teillieferungen können sich auf mehrere Tage verteilen.

Zur Rücksendung muss Produkt wieder verpackt und bei der Post abgegeben werden

Grundsätzlich gilt für Dr. Bernhard Düttmann: „**Beides hat seine Berechtigung!**“

**Doch wie kann sich der stationäre Handel gegenüber dem Online-Handel behaupten?**

- Positives Einkaufserlebnis schaffen, zum Beispiel durch optisch ansprechende Schaufenster und Beleuchtungen
- Günstige Öffnungszeiten für Berufstätige schaffen
- Schnellen Einkauf ermöglichen
- Auf Kunden zugeschnittene Pakete schnüren
- Persönliche Ansprache, Beratung und Service
- Einkaufen als „Freizeitgestaltung“ bieten
- Kunden anrufen/informieren, wenn es ein interessantes Produkt gibt
- Fachkenntnis über Produkte
- Vergleiche zwischen Produkten aufzeigen: was passt besser zu den individuellen Bedürfnissen?
- Reklamationen annehmen
- Jugendliche Kunden ernst nehmen: „Wenn die einmal im Geschäft schlecht behandelt werden, kommen sie nie wieder und kaufen im Internet“.

„Stationärer Handel muss sich digitalisieren“

Auch **Volker Hillebrand** vom **Stadtmarketing Hilden** appellierte bei der anschließenden Podiumsdiskussion an die Einzelhändler, sich zu **digitalisieren**: „Wer sich nicht ändert, wird vom Markt verschwinden.“ Viele Händler würden immer noch „analog denken“ und hätten kein **Warenwirtschaftssystem**.

Auf der anderen Seite werde der Einzelhandel von zu vielen **gesetzlichen Vorschriften** reglementiert, zum Beispiel bei den Öffnungszeiten: Hilden habe **vier verkaufsoffene Sonntage** im Jahr. Mehr ginge nicht, weil die Gewerkschaften klagen. Dabei sollte der Handel „**Shoppin als Einkaufserlebnis**“ schaffen können – und eben auch sonntags.



*Bei der Podiumsdiskussion (v.l.): Frederic Knaudt (Picnic), Volker Hillebrand (Stadtmarketing Hilden), Holger Böhme (EP:Böhme und Zippert), Moderator Floriabn Rinke (Rheinische Post), Referent Dr. Bernhard Düttmann.*

**Holger Böhme** von **EP:Böhme und Zippert** ist Einzelhändler und kennt die Schwierigkeiten im (Preis)Kampf gegen den Online-Handel: „Es wird immer härter. Aber wir haben **in die Attraktivität unseres Geschäftes investiert.**“ **Service** werde immer wichtiger. Dazu gehöre beispielsweise auch, dass man nicht nur beim Kunden daheim Geräte anschließt, sondern auch die Kabel „unsichtbar“ macht. „Wir haben selber einen kleinen Onlinehandel. Und es gibt Kunden aus weit entfernten Städten, die bei uns bestellen“, so Holger Böhme. Andererseits kämen auch Kunden in sein Geschäft, „weil die Hotline so unhöflich war“.

**Frederic Knaudt** vertrat die andere Fraktion: Er betreibt die **Plattform „Picnic“**, die **online Lebensmittel** vertreibt: „Wir bieten dem Kunden eine **Alternative zum stationären Handel.**“ Allerdings glaubt er an eine **Koexistenz**: „Es gibt kein Online-Handel oder stationärer Handel. Was wir nicht können, kann der lokale Handel.“

Versäume kein Angebot mehr aus Deiner Stadt. Unser **kostenloser Newsletter** versorgt Dich mit allen interessanten Infos zu den Themen Shopping, Sport, Beauty, Mode und vielem mehr  
...