

Zusammenfassung des Vortrags

Folkert Schultz „quo vadis Einzelhandel? Wie werden wir morgen einkaufen? Stadt und Handel in Bewegung – Auswirkungen moderner Informationstechnologien“

Quo vadis? Wohin gehst du? In die Stadt oder in das Internet? In seinem Vortrag griff Folkert Schultz, Leiter der Unternehmensstrategie der Galeria Kaufhof GmbH, diese Fragen sowohl in Hinblick auf das Konsumentenverhalten als auch die Entwicklungen des Einzelhandels auf. Hierzu nahm er zuerst einen Rückblick vor, wie sich der Einzelhandel und das Konsumentenverhalten im letzten Jahrzehnt in Deutschland entwickelt haben, um anschließend die gegenwärtige Situation sowie den Einfluss der IuK-Technologien auf diese darzustellen und dann einen Blick in die Zukunft zu wagen.

Bis heute hält der Trend an, dass vertikale Filialisten, Fachmärkte, Shoppingcenter und Factory-Outlet-Center zunehmend an Bedeutung gewinnen und das Internet für den Einzelhandel sowie innovative Handelsformate wichtiger werden. Parallel hat vor allem der nicht-filialisierte Einzelhandel in den letzten zehn Jahren stark abgenommen.

Das Kunden-Nutzen-Verhalten hat sich in den in den letzten Jahren dahingehend verändert, so betont Folkert Schultz, dass Einkaufen günstiger, schneller, einfacher und bequemer sein soll. So ist es auch zu erklären, warum sich Discounter, Spezialisten und Onlinepräsenzen des Einzelhandels, die diese Wünsche erfüllen, zunehmend großer Beliebtheit erfreuen.

Aus den vorliegenden Zahlen der Entwicklung des Einzelhandels in Deutschland leitet Folkert Schultz ab, dass in Zukunft der Marktanteil von Discountern zunehmen, der von Warenhäusern stagnieren und der vom Fachhandel weiterhin abnehmen wird. Zudem wird bei anhaltendem Preisbewusstsein eine zunehmende Qualitäts-, Lebensstil- und Erlebnisorientierung seitens der Kunden vorherrschen.

Hierbei spielen nicht Folkert Schultz heute und auch in der Zukunft sowohl die neuen IKT als auch der Standort in der „realen“ Stadt eine bedeutende Rolle. Die Anwendungen der neuen IKT – wie zum Beispiel Kommunikationsplattformen wie facebook oder Devices, die einen ubiquitären Internetzugang ermöglichen, – haben die Kommunikation zwischen den Kunden und den Händlern nachhaltig verändert. Für den Handel bedeutet dieses, dass er die Kunden nicht mehr ausschließlich über große Kampagnen ansprechen kann, sondern vornehmlich durch „kleine Taten“, mit denen unterschiedliche Personengruppen über die unterschiedlichsten Medien erreicht werden.

Der Kunde erwartet, dass er mit dem Händler jederzeit und überall kommunizieren, Informationen über diesen online abrufen und Waren erwerben kann. Für den Einzelhandel rückt somit das Modell des Multichannel in den Vordergrund, d.h. der Händler bietet dem Kunden Multikontaktpunkte: im Netz ist der Händler über Soziale Netzwerke und/oder einem Onlineshop mit einer großen Produktvielfalt vertreten, in der Stadt hält er seine Anlaufstelle in der „realen Welt“, die durch entsprechende Gestaltung dem anhaltenden Trend der Erlebnisgesellschaft gerecht werden kann. Somit wird eine alleinige Konzentration auf das E-Commerce von dem sogenannten Social-Commerce abgelöst. Dieser kann wiederum in einem Community-Commerce, in dem Kunden mitgestalten können, münden. Dieses Entwicklungsmodell für den Einzelhandel bedient hierbei die verschiedenen gesellschaftlichen Trends wie den Neo-Urbanismus, den demographischen Wandel oder das Leitbild der Nachhaltigkeit.

Zum Abschluss seines Vortrags umreißt Folkert Schultz, wie die Galeria Kaufhof GmbH den Weg in die Zukunft beschreiten kann und arbeitet heraus, dass das Unternehmen hierbei sowohl auf die Filiale vor Ort, die auf spezielle Bedürfnisse der lokalen Kunden eingeht als auch gleichzeitig auf die Präsenz im Internet setzt. Quo vadis? Wohin gehst du? In die Stadt und zugleich in das Internet ist also die Antwort!