

Herausforderungen für den lokalen Einzelhandel und seine Beschäftigten



Beschäftigungskonferenz 2018
23.02.2018

Agenda

1. **Welche Herausforderungen sehen wir?**
2. **Wo stehen wir im Einzelhandel?**
3. **Was ist zu tun?**

1. Welche Herausforderungen sehen wir?

a) Veränderungen durch neue Technologien, z.B. am PoS



1. Welche Herausforderungen sehen wir?

b) Veränderungen im Kundenverhalten

Zeitknappheit, Bequemlichkeit, Auswahl, Verfügbarkeit, Erreichbarkeit, Individualität, Erlebnisorientierung, Preisorientierung
sind bestimmende Faktoren im Kundenverhalten

Ab 2020 gehört die Mehrheit der Bevölkerung zu den „Digital Natives“

Kunden sind informierter aufgrund der Vielzahl der genutzten Infoquellen (Internet, social media, usw.)

„Customer Journey“ wird vielschichtiger

1. Welche Herausforderungen sehen wir?

c) Veränderungen der Wettbewerbssituation

Der Kuchen verteilt sich auf mehr „Player“ im Markt:

- Innerhalb des stationären Handels: Fachhandel, Monolabel-Hersteller, Discounter, FOC, internationale Filialisten usw.
- Verschiebung der Marktanteile zugunsten von Online-Handel (von 2016 auf 2017):
 - **Stationärer Handel: Von 482,2 → 491,9 Mrd. € (+ 2%)**
 - **Online-Handel: Von 44,0 → 48,8 Mrd. € (+ 11%)**

Quelle: HDE/ Destatis (2018); nominale Veränderung zu Vorjahr; ohne Umsatzsteuer

→ Frequenzrückgänge im stationären Handel

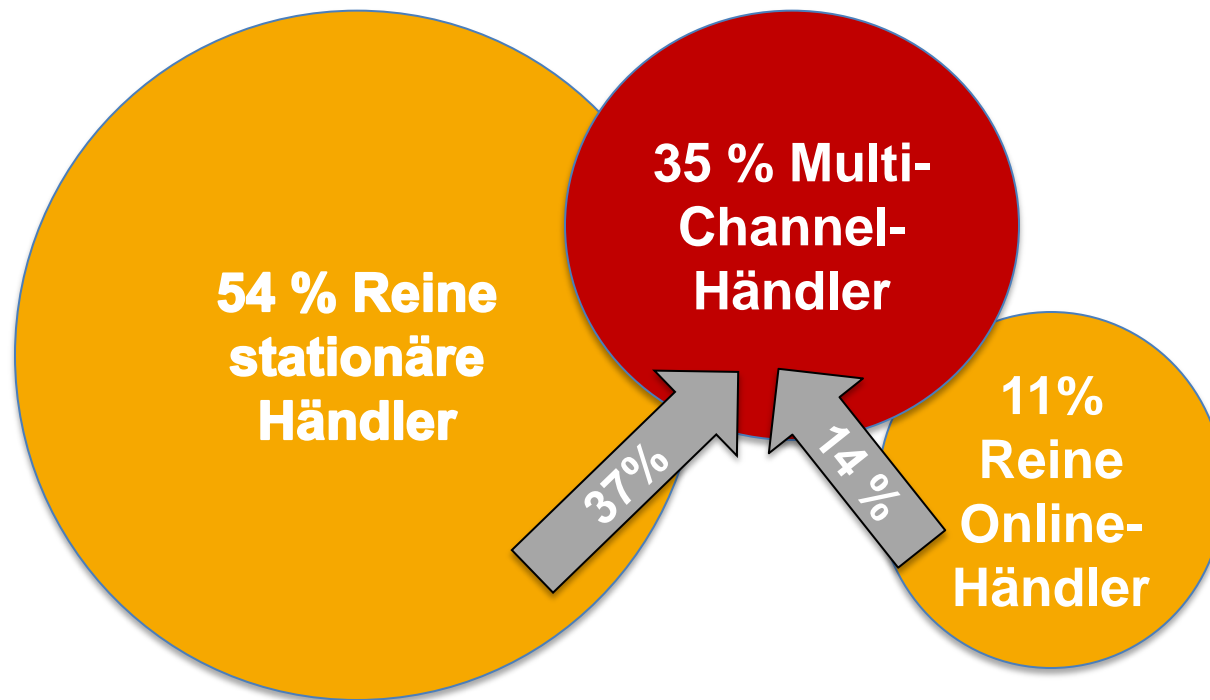
1. Welche Herausforderungen sehen wir?

d) Veränderungen im Hinblick auf die Beschäftigten

- Wettbewerb um Talente wird intensiver
- Bsp. Ausbildungssituation im Einzelhandel
 - **Kaufmann/-frau im Einzelhandel**
 - D: Fast jeder 10. Ausbildungsplatz wurde nicht besetzt.
 - M: Jeder 7. Ausbildungsplatz konnte nicht besetzt werden.
 - **Verkäufer**
 - D: Gut jeder 10. Ausbildungsplatz wurde nicht besetzt.
 - M: Jeder 5. Ausbildungsplatz konnte nicht besetzt werden.

2. Wo steht der Einzelhandel?

„Der deutsche Einzelhandel 2017“ (ibi-research Uni Regensburg)



Quelle: Der deutsche Einzelhandel 2017, ibi-research

2. Wo steht der Einzelhandel?

Derzeit genutzte Vertriebskanäle



Quelle: Der deutsche Einzelhandel 2017, ibi-research

2. Wo steht der Einzelhandel?

Digitalisierung bei innerbetrieblichen Abläufen

Internet zur Abwicklung des eigenen Einkaufs: 81 %

Warenwirtschaft: 67 %

Finanzbuchhaltungssystem: 61 %

Kundenverwaltung (CRM): 57 %

2. Wo steht der Einzelhandel?

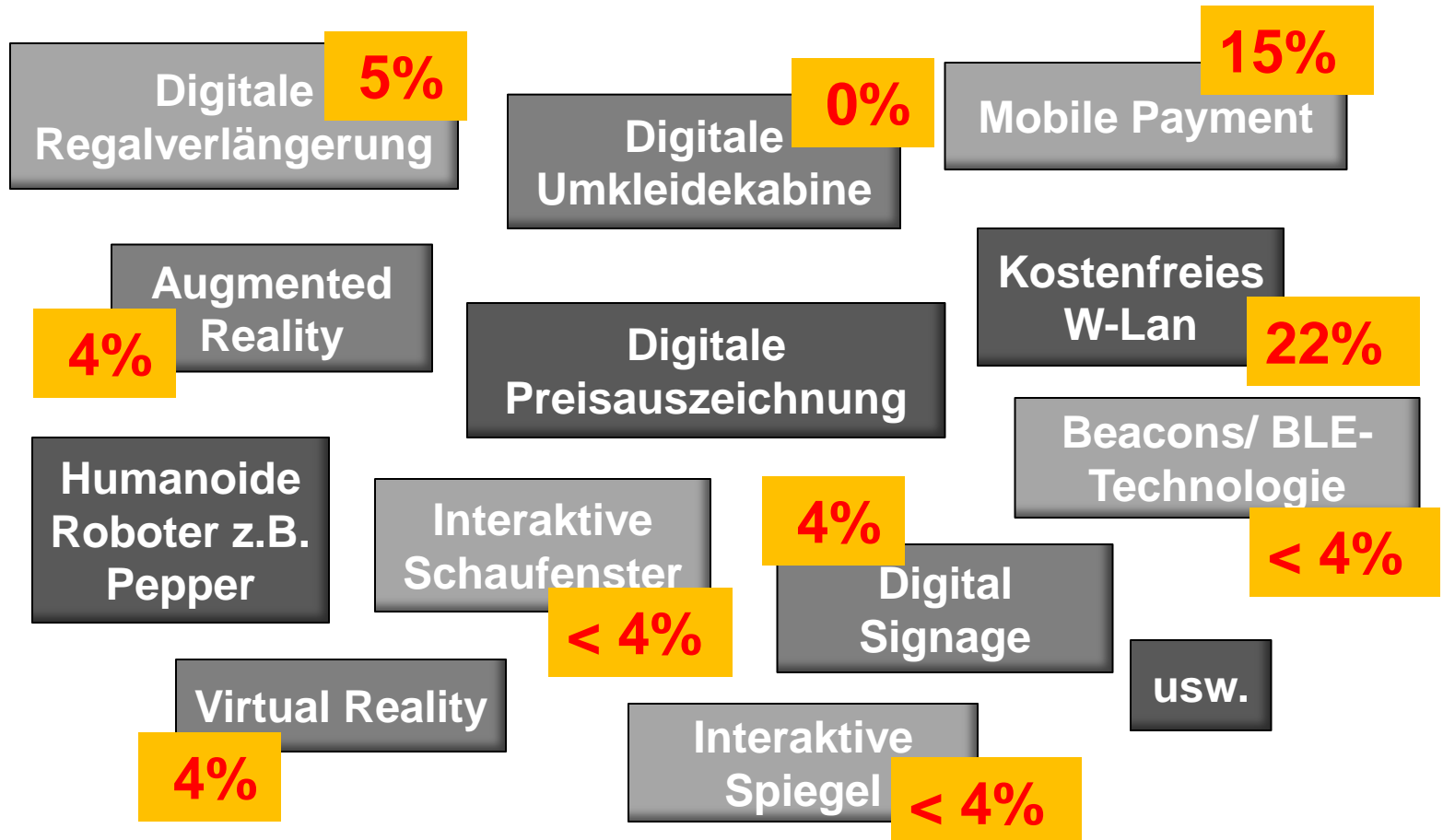
Digitalisierung in der Kundenkommunikation

- Facebook: 68 %
- Eigene Website (ohne Verkaufsfunktion): 59 %
- Google-My-Business-Eintrag: 40 %
- E-Mail-Marketing (z. B. Newsletter): 37%
- Mobil optimierte Website (ohne Verkaufsfunktion): 36 %
- Suchmaschinenoptimierung (SEO): 34 %
- Mobil optimierter Web-Shop: 30 %
- Suchmaschinenwerbung (SEA): 23 %
- Instagram: 21 %
- Web-Shop (nicht mobil optimiert): 14 %
- Eigene App (z.B. für Smartphones und Tablets) (11 %)
- Twitter (10 %), Pinterest (6 %)

2. Wo steht der Einzelhandel?

Digitalisierung am PoS

Quelle: Der deutsche Einzelhandel 2017, ibi-research



2. Wo steht der Einzelhandel?

Hemmnisse bei der Umsetzung digitaler Maßnahmen

- Fehlende zeitliche Ressourcen (55%)
- Hohe Investitionskosten (45%)
- Fehlende Kompetenzen/ Know How der Mitarbeiter (38%)
 - *Kundenkommunikation über soziale Medien/ Einsatz sozialer Medien*
 - *IT-Sicherheit*
 - *Online-Marketing (SEO/SEA)*

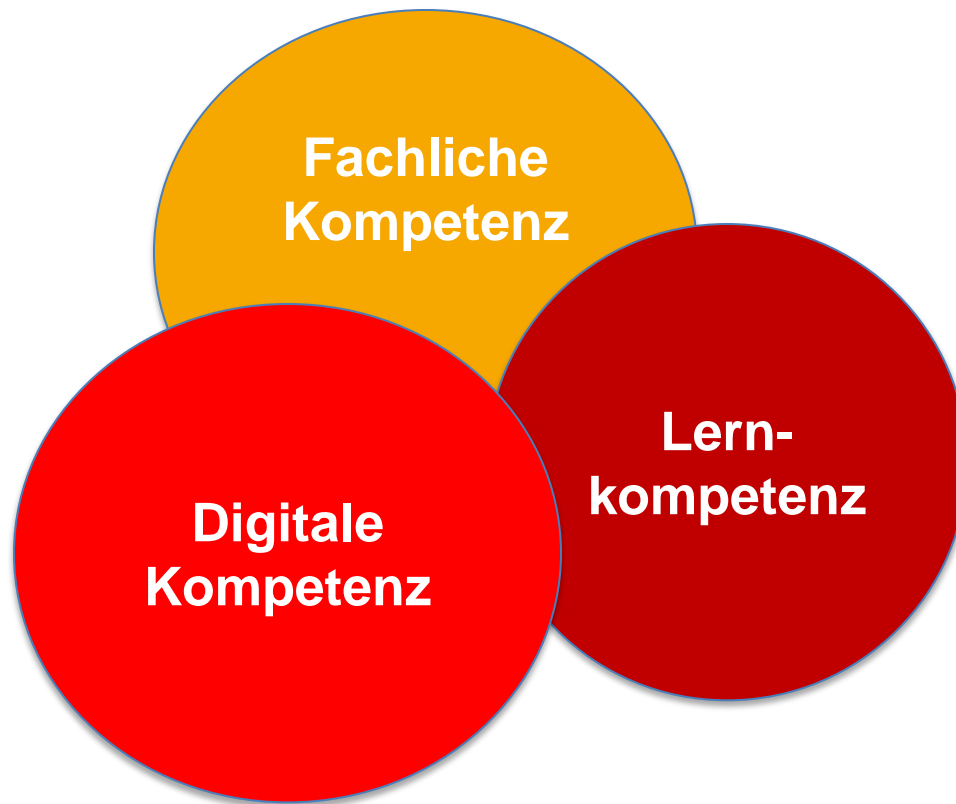
3. Was ist zu tun?

Ausgangspunkt ist die Frage nach dem USP!

- Warum sollten Konsumenten zu mir kommen?
Wen will ich mit meinem Angebot ansprechen?
- Welche Technologien helfen uns dabei, dass dieser USP noch besser erlebbar wird?
- Welche Kompetenzen benötigen dann die Beschäftigten im Unternehmen?

3. Was ist zu tun?

Notwendige Kompetenzen



3. Was ist zu tun?

Qualifizierungsmöglichkeiten (Beispiele)

Öffentlich-rechtliche Abschlüsse

Handelsmanagement & E-Commerce (B.A.)

Fachwirt/-in E-Commerce (2019?)

Fachwirt/-in für Marketing

Handelsfachwirt/-in

Ausbildung d. Ausbilder

Kaufmann/-frau im E-Commerce

Kaufmann/-frau im Einzelhandel

Zertifikatsabschlüsse

Online Manager/-in Handel

E-Commerce-Manager/-in

3. Was ist zu tun?

Kostenlose Seminare und Infoveranstaltungen

- Handelsverband Bayern (HBE) zu Themen wie ...
 - *E-Commerce-Basisseminare*
 - *Kundenbindung digital umsetzen*
 - *Cyberkriminalität*
 - *Preissuchmaschinen*

- Rid Stiftung zu Themen wie...
 - *Internettechnologie: Basiswissen für Unternehmer/-innen*
 - *Online-Shop Umsatzsteigerungen durch Usability- und Conversion-Optimierung*

3. Was ist zu tun?

Infos und Praxis-Tipps

- Broschüre „Einfach Online“ (StMWi)
<https://www.stmwi.bayern.de/mittelstand-handwerk/handel/>
- Internet World EXPO” am 06./07.03.
in der Lehrwerkstatt „POS-connect“
<https://www.internetworld-expo.de/>
- Infoveranstaltung HBE/IHK zum
Ausbildungsberuf Kaufmann/-frau
im E-Commerce“
IHK-Akademie, Orleanstr. 10-12, 26.02.2018, 16:00 Uhr



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**



Dr. Raphaela Schuster
Akademie Handel e.V.
Brienner Straße 47
80333 München
T. 089/ 55 145-10
raphaela.schuster@akademie-handel.de
www.akademie-handel.de