

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab sofort

Regensburg, 18. März 2024

Broschüre zu Best-Practice-Konzepten im stationären Einzelhandel veröffentlicht

„Die im Rahmen des Ideenwettbewerbs ausgezeichneten 23 Konzepte sollen auch andere Händlerinnen und Händler im Land dazu ermutigen, das Einkaufserlebnis vor Ort als Differenzierungsmerkmal gegenüber dem reinen Online-Handel zu stärken“, so Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut, Ministerin für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus.

Am 23. Oktober 2023 zeichnete Wirtschaftsministerin Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut 23 Einzelhandelsunternehmen für ihre im Rahmen des Ideenwettbewerbs „Einkaufserlebnisse im stationären Einzelhandel - Best Practices für Baden-Württemberg“ umgesetzten und besonders gelungenen Ideen in Stuttgart aus. Das innovative Förderprojekt wurde gemeinsam von der ibi research an der Universität Regensburg GmbH und der cima Beratung + Management GmbH, Stuttgart, im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg und mit Unterstützung des Handelsverbands Baden-Württemberg, des Baden-Württembergischen Industrie- und Handelskammertags sowie des Landesverbands des Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing e.V. durchgeführt. Betriebe unterschiedlichster Branchen aus allen Regionen in Baden-Württemberg haben sich mit ihren Konzepten beteiligt. Parfümerien, Fahrrad-, Möbel- und Spielwarenhändler haben ebenso Konzeptideen eingereicht, wie Unternehmerinnen und Unternehmer aus den Segmenten Lebensmittel, Schuhe und Bekleidung.

31 von einer Fach-Jury vorgeschlagene Einzelhandelsunternehmen wurden mit einem Zuschuss des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg bei der Umsetzung ihrer Konzepte unterstützt. Darüber hinaus wurden die Unternehmen von ibi research und der cima beratend begleitet und unterstützt.

Umsetzungsorientierte Impulsprojekte für den mittelständischen Einzelhandel: Online und offline wachsen weiter zusammen

„Die Ergebnisse des Ideenwettbewerbs zeigen, dass gerade auch kleine und mittlere Handelsunternehmen kreative service- und kundenbezogene Projekte umsetzen sowie auch interne Abläufe optimieren können, um ihre Wettbewerbssituation zu verbessern“, fassen die verantwortlichen Projektleiter Dr. Stefan Leuninger, (cima) und Dr. Georg Wittmann (ibi) die zentralen Erkenntnisse zusammen.

Die 23 als Best Practices ausgezeichneten Erlebniskonzepte sollen aber auch Motivation und Inspiration für andere Einzelhändlerinnen und Einzelhändler in Baden-Württemberg sein. Denn die ausgezeichneten Projekte haben eines gemeinsam: Eine Umsetzung auch durch andere Betriebe und Branchen ist grundsätzlich möglich.

Wirtschaftsministerin Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut zur Bedeutung des mittelständisch geprägten Einzelhandels für Baden-Württemberg: „Gerade die persönliche, individuelle Beratung ist eine große Stärke des stationären Einzelhandels. Er schafft Orte der Begegnung und des sozialen Austauschs. Ich bin überzeugt, dass die Menschen all das auch zukünftig wertschätzen werden und der stationäre Handel seine große Bedeutung als Wirtschaftsfaktor und Leitbranche für unsere Innenstädte behalten wird.“

Experten raten: Einzelhandel muss wichtige Stütze der Innenstädte und Ortszentren bleiben

Neben den betrieblichen Innovationen ist in dem Gesamtprozess auch deutlich geworden, dass der Einzelhandel auch zukünftig eine große Bedeutung für die Innenstädte und Ortszentren hat. „Die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum und die Möglichkeiten des Erlebniseinkaufes müssen zusammenfinden, denn nur so wird es gelingen, die Innenstädte und Ortszentren nachhaltig als Versorgungsstandort und Treffpunkte zu sichern“, fassen die Handelsexperten Dr. Stefan Leuninger und Dr. Georg Wittmann die Perspektiven und die Hausaufgaben für die Städte und Gemeinden zusammen.

Die Ergebnisse des Ideenwettbewerbs „Einkaufserlebnisse im stationären Einzelhandel – Best Practices für Baden-Württemberg“ mit den ausführlichen Darstellungen der Best-Practice-Konzepte sind kostenlos als Download unter www.ideenwettbewerb-einzelhandel.de und <https://wm.baden-wuerttemberg.de> abrufbar.



research

an der Universität Regensburg

Über das Projekt

Der stationäre Einzelhandel ist eine der wichtigsten und beschäftigungsintensivsten Branchen in Baden-Württemberg und befindet sich in einem tiefgreifenden Strukturwandel. Um langfristig wettbewerbsfähig zu bleiben, steht er vor der Herausforderung, seine Stärke – das Einkaufserlebnis vor Ort – weiterzuentwickeln, zu festigen und gleichzeitig die Chancen der Digitalisierung zu nutzen.

Im August 2022 hatten die CIMA Beratung + Management GmbH und ibi research an der Universität Regensburg den Baden-Württembergischen Einzelhandel im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg zur Einreichung von Konzept-ideen aufgerufen, die dem anhaltenden Wettbewerbsdruck durch den Online-Handel kreativ begegnen.

Zielsetzung des Ideenwettbewerbs „Einkaufserlebnisse im stationären Einzelhandel – Best Practices für Baden-Württemberg“ war es, das Einkaufserlebnis vor Ort zu verbessern und innovative Einzelhandelsunternehmen und ihre Ideen zur Stärkung des eigenen stationären Ladengeschäfts zu unterstützen.

Nach dem Motto „Hier wird gutes Handeln belohnt“ wählte eine Fach-Jury aus den 49 Einreichungen 31 Konzepte zur Förderung durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg aus. Neben der finanziellen Förderung – der Fördersatz betrug 80 Prozent der förderfähigen Kosten, begrenzt auf maximal 70.000 Euro je Unternehmen – wurden die stationären Einzelhändlerinnen und Einzelhändler bei der Umsetzung ihrer Konzepte von den Expertinnen und Experten von ibi research und der CIMA beratend begleitet und unterstützt.

In einem zweiten Juryentscheid erhielten 23 Erlebniskonzepte das Prädikat „Best Practices für Baden-Württemberg“. Sie wurden bei der Abschlussveranstaltung des Ideenwettbewerbs von Wirtschaftsministerin Dr. Nicole Hoffmeister-Kraut ausgezeichnet.

Über ibi research

Seit 1993 bildet ibi research an der Universität Regensburg GmbH eine Brücke zwischen Universität und Praxis. Das Institut betreibt anwendungsorientierte Forschung und Beratung, arbeitet also mit den Methoden der Wissenschaft an den Themen der Praxis, mit klarem Schwerpunkt auf Innovationen und deren Umsetzung.

ibi research konzentriert sich dabei auf die Themenfelder Digitalisierung der Finanzdienstleistungen und des Handels, im E-Business genauso wie im Multikanal und im B2C-Geschäft genauso wie im B2B-Geschäft. Das Forschungsspektrum reicht von der Marktanalyse und Geschäftsmodell-Entwicklung über Prozessgestaltung und Data Analytics bis hin zu Fragen der Governance und Compliance. Zugleich bietet ibi research umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungs- und Projektergebnisse an.

Weitere Informationen: www.ibi.de

Bei Interesse an weiteren Informationen, Artikeln etc. wenden Sie sich bitte an:

ibi research an der Universität Regensburg
Andrea Rosenlehner
Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg
Telefon: 0941 788391-26
E-Mail: presse@ibi.de