

Pressemitteilung

frei zur Veröffentlichung ab 01.09.2020

Berlin/Regensburg, 1. September 2020

IHK-ibi-Handelsstudie 2020: Der Einzelhandel digitalisiert sich – nicht nur im Vertrieb

Bereits jeder zweite Einzelhändler in Deutschland nutzt Online-Vertriebskanäle. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Der deutsche Einzelhandel 2020“ des Forschungsinstituts ibi research an der Universität Regensburg, die zusammen mit dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) und 46 Industrie- und Handelskammern durchgeführt wurde. Deutschlandweit wurden Einzelhändler aller Größenordnungen zum Einfluss der Digitalisierung befragt. Die Ergebnisse beleuchten u. a. den digitalen Status quo des deutschen Handels, Entwicklungen seit 2017 und die Bedeutung der Themen „Produktdatenmanagement“ und „IT-Sicherheit“. Das Forschungsprojekt, an dem sich mehr als 1.400 Einzelhändler beteiligten, wurde nach 2017 zum zweiten Mal durchgeführt.

Trotz der zunehmenden Bedeutung des Online-Handles ist das stationäre Ladengeschäft nach wie vor der wichtigste Vertriebskanal des deutschen Einzelhandels: 49 Prozent der befragten Händler verkaufen ihre Produkte ausschließlich stationär. 37 Prozent sind sowohl stationär als auch online unterwegs und 14 Prozent sind als reine Online-Händler aktiv.

Vor allem mittlere und große Händler nutzen digitale Anwendungen

Dabei zeigen sich bei Anwendung und Know-how deutliche Unterschiede zwischen kleinen und großen Händlern. So stufen beispielsweise kleine Handelsunternehmen ihr Wissen in Bezug auf die Digitalisierung schlechter ein als größere Unternehmen.

Das spiegelt sich auch in der Technologienutzung wider, weiß Dr. Georg Wittmann, Geschäftsführer bei ibi research und verantwortlich für die Studie: „Auffällig ist, dass es viele kleine Händler sind, die auf digitale Lösungen verzichten. Bei großen und mittleren Händlern sind digitale Helfer fester Bestandteil im Front- und Back-Office.“ In Sachen Kundenkommunikation gehören die eigene Website, der Facebook-Auftritt oder der Google-My-Business-Eintrag für viele Einzelhändler zum Standard. Allerdings: Je größer der Betrieb, desto mehr digitale Anwendungen werden genutzt. Das gilt auch für Anwendungen hinter den Kulissen, wie Warenwirtschaftssysteme oder Personalverwaltung.

Einfluss durch globale Marktplätze und zunehmende Regulierung

Die Digitalisierung bleibt – gerade in der Corona-Zeit – einer der wichtigsten Treiber im Einzelhandel. Für die befragten Händler zeigt sich dies vor allem im Entstehen neuer Geschäftsmodelle. „Die Studie zeigt, dass der stationäre deutsche Einzelhandel sein klassisches

Geschäftsmodell weiterentwickelt und die begonnene Digitalisierungsstrategie mit Hochdruck fortsetzen sollte. Die Corona-Krise hat den E-Commerce gestärkt“, so Dr. Ilja Nothnagel, Mitglied der Hauptgeschäftsführung des Deutschen Industrie und Handelskammertags (DIHK).

Aber gerade für kleine Händler ist die praktische Umsetzung nicht immer einfach. Häufig fehlen Zeit und Geld für den Wandel. Außerdem sind rechtliche Unsicherheiten wie Datenschutz oder Informationspflichten ein großes Hindernis. Auch in weiteren anstehenden Regulierungen sowie der Marktposition globaler Marktplätze sehen zwei Drittel der befragten Händler einen negativen Einfluss auf ihr Unternehmen.

„Beim Start in den Online-Handel unterstützen die Industrie- und Handelskammern die Betriebe mit vielen Angeboten. Aber das allein reicht nicht. Es geht um Breitbandanbindung, aber auch um gesetzliche Regelungen. So sollte z. B. das geplante pauschale Verbot von Retourenvernichtungen, vermieden werden“, so Nothnagel weiter.

Hohe Bedeutung von Produktdatenmanagement und IT-Sicherheit

Wichtiger Bestandteil einer erfolgreichen Digitalisierung sind gute Produktdaten. Das Management der Daten ist überaus arbeitsaufwändig und zeitintensiv. Trotzdem sind lediglich zwei Drittel der Unternehmen mit der Qualität ihrer Produktdaten zufrieden. Die Studie belegt auch die hohe Bedeutung der IT-Sicherheit für deutsche Handelsunternehmen. Allerdings haben nur 28 Prozent der kleinen Unternehmen bislang eine systematische IT-Sicherheitsanalyse durchgeführt. „In beiden Bereichen herrscht hoher Nachholbedarf. Die Anforderungen an die IT-Sicherheit sowie das Produktdatenmanagement werden immer höher, je mehr sich unsere Gesellschaft digitalisiert“, so Wittmann.

Bezahlbare Unterstützung notwendig

Das Fazit der Forscher lautet: Der Handel sollte sich der Digitalisierung stellen und deren Chancen offensiv nutzen. „Der Handel muss jetzt handeln. Nie wieder wird die Digitalisierung so langsam sein wie heute. Das Aufzeigen von Handlungsoptionen und Hilfe bei der konkreten Umsetzung sollten erste Ansatzpunkte sein. Gerade kleine Händler benötigen angesichts fehlender Ressourcen – bezahlbare – fachliche Unterstützung und externes Know-how“, so Dr. Georg Wittmann. Hier können die bestehenden Förderprogramme für den Mittelstand helfen. Die IHKs stehen bundesweit mit Beratung und Informationen als Ansprechpartner zur Verfügung.

Die vollständige Studie „Der deutsche Einzelhandel 2020 – zweite IHK-ibi-Handelsstudie“ steht kostenfrei zum Download zur Verfügung unter: www.ibi.de/handelsstudie2020

Die wichtigsten Informationen zur Studie auf einen Blick

Titel:	Der deutsche Einzelhandel 2020 – zweite IHK-ibi-Handelsstudie (September 2020)
Methodik:	Händlerbefragung mit vorgelagerten Experteninterviews; online- und fragebogengestützte Umfrage
URL:	www.ibi.de/handelsstudie2020

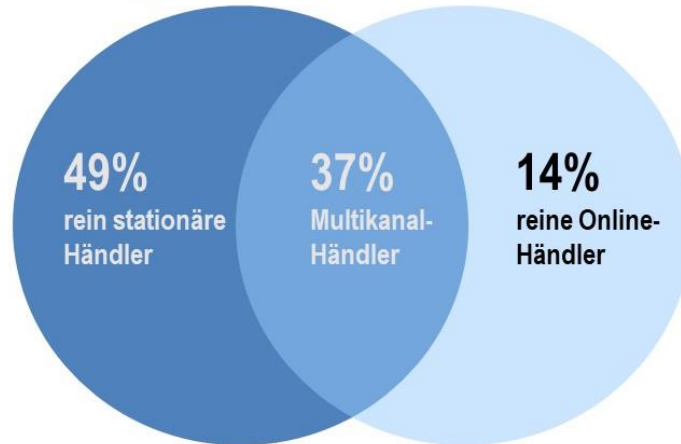
Bildmaterial



Jeder zweite Händler nutzt Online-Vertriebskanäle – 14 Prozent sind ausschließlich im Internet vertreten



Kanalnutzung bzw. Händlertypen



Definition der Händlertypen:

rein stationäre Händler: Der Händler nutzt ausschließlich ein oder mehrere stationäre Ladengeschäfte für den Verkauf seiner Produkte.
 Multikanal-Händler: Der Händler nutzt ein oder mehrere stationäre Ladengeschäfte und mindestens einen Online-Kanal für den Verkauf seiner Produkte.
 reine Online-Händler: Der Händler nutzt ausschließlich Online-Vertriebskanäle (Online-Shop, eBay, Amazon, andere überregionale Marktplätze oder lokale Marktplätze) und ist nicht stationär aktiv.

n = 1.328 (alle Händler)

© 2020 ibi research: „Der deutsche Einzelhandel 2020“

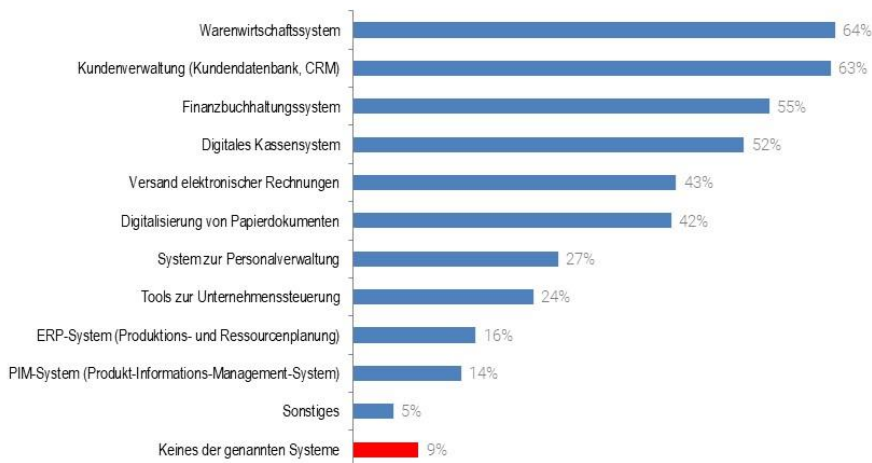
14

Neun von zehn Unternehmen nutzen digitale Anwendungen für innerbetriebliche Prozesse



Welche Technologien/Anwendungen haben Sie für innerbetriebliche Abläufe (Back-Office-Abläufe) in Ihrem Unternehmen im Einsatz?

Mehrfachauswahl möglich



n = 1.441 (alle Händler)

© 2020 ibi research: „Der deutsche Einzelhandel 2020“

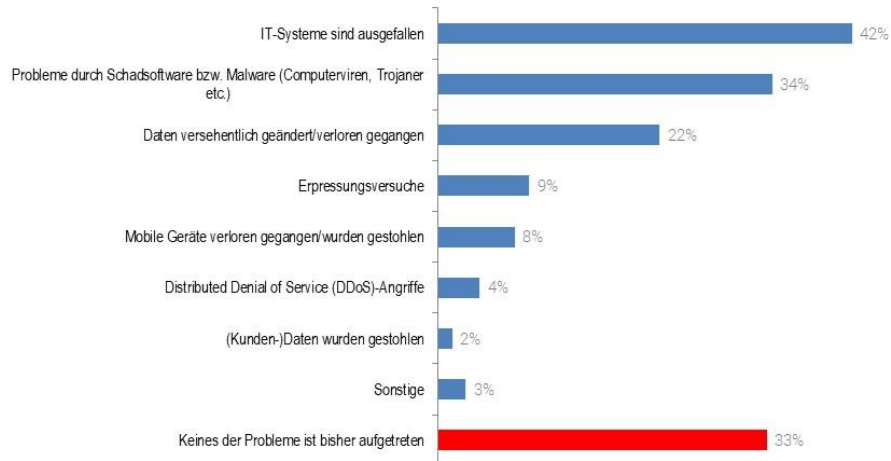
18

Ein Drittel der Händler hatte bisher noch keine IT-Sicherheitsprobleme im Unternehmen



Haben Sie in Ihrem Unternehmen schon einmal konkrete Erfahrungen mit den folgenden IT-Sicherheitsproblemen gemacht?

Mehrfachauswahl möglich



n = 1.200 (alle Händler)

© 2020 ibi research: „Der deutsche Einzelhandel 2020“

51



research

an der Universität Regensburg

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.

Weitere Informationen: www.ibi.de

ibi research freut sich über den honorarfreien Abdruck dieser Pressemitteilung.

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

ibi research an der Universität Regensburg

Carina Freundl

Telefon: 0941 943-1901

Telefax: 0941 943-1888

E-Mail: presse@ibi.de

Über den DIHK

Der Deutsche Industrie- und Handelskammertag e. V. (DIHK) vertritt die gesamte gewerbliche Wirtschaft in Deutschland. Seine Mitglieder sind die 79 Industrie- und Handelskammern (IHKs) mit mehreren Millionen Unternehmen aus Industrie, Handel und Dienstleistungen – vom Kiosk-Besitzer bis zum Großkonzern.

Für diese Unternehmen engagiert sich der DIHK gegenüber Politik, Verwaltung und Öffentlichkeit. Er setzt sich auf Bundes- und Europaebene für die gewerbliche Wirtschaft ein – beispielsweise für weniger Bürokratie, freien Handel oder schnelles Internet. Das Ziel: gute Rahmenbedingungen für erfolgreiches Wirtschaften.

Kontakt zur DIHK-Pressestelle:

Petra Blum

Telefon: 030-20308-1627

E-Mail: blum.petra@dihk.de