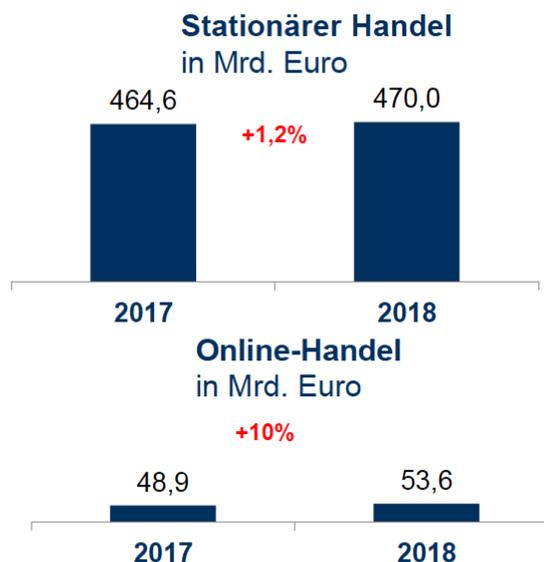
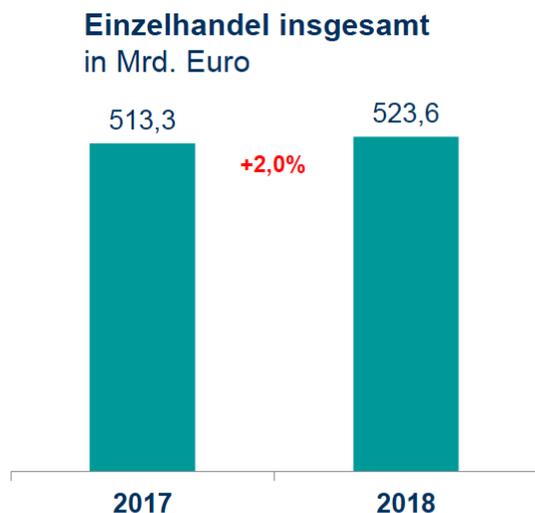


Online-Handel bleibt Umsatztreiber HDE-Prognose



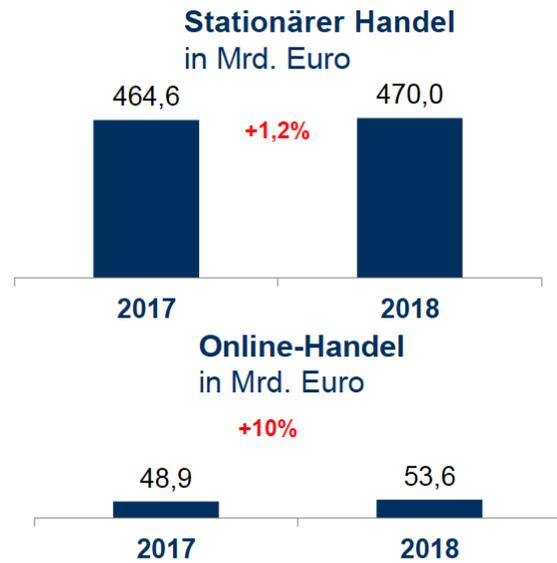
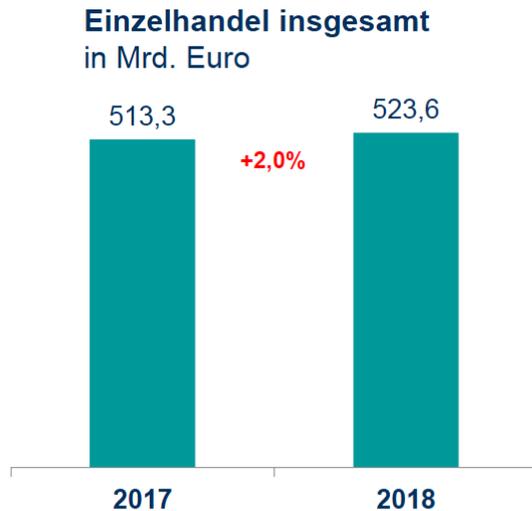
Quelle: HDE; Destatis; IFH; nominale Veränderung zu Vorjahr; ohne Umsatzsteuer

Der Handelsverband hat in seiner Herbst-Presskonferenz die aktuelle Umsatzprognose für 2018 veröffentlicht. ZUKUNFT DES EINKAUFENS stellt die Zahlen vor und deutet zugleich die Konsequenzen.

Der Umsatz steigt gegenüber 2017

Obwohl der Handel in 2017 das Beste Umsatzjahr seit seinem Bestehen hatte, konnte es aktuell noch getoppt werden. Noch nie wurde mehr gekauft als 2018. Allerdings sieht man, dass dieses Wachstum hauptsächlich aus dem Onlinebereich kommt. Hier zur Verdeutlichung die Grafik:

Online-Handel bleibt Umsatztreiber HDE-Prognose



Quelle: HDE; Destatis; IFH; nominale Veränderung zu Vorjahr; ohne Umsatzsteuer

Wer profitiert vom Wachstum?

Wenn Onlinehandel den höheren Wachstumsanteil hat, profitiert natürlich derjenige, der über ein Multichannel Format verfügt. Die Zahlen dazu zeigen auf, dass Formate, die den Kunden online erreichen (ob Mix oder Pure Player) eine fast doppelt so hohe Optimistenrate haben als reine Offline Formate:

Multichannel-Anbieter optimistisch



Umsatzerwartung Einzelhandel gesamt für 2018 (zu Vorjahr) in % der Betriebe



Online-Umsatzerwartung Multichannelhandel für 2018 (zu Vorjahr) in % der Betriebe



Quelle: Konjunkturumfrage Sommer 2018 – Handelsverband Deutschland (HDE)

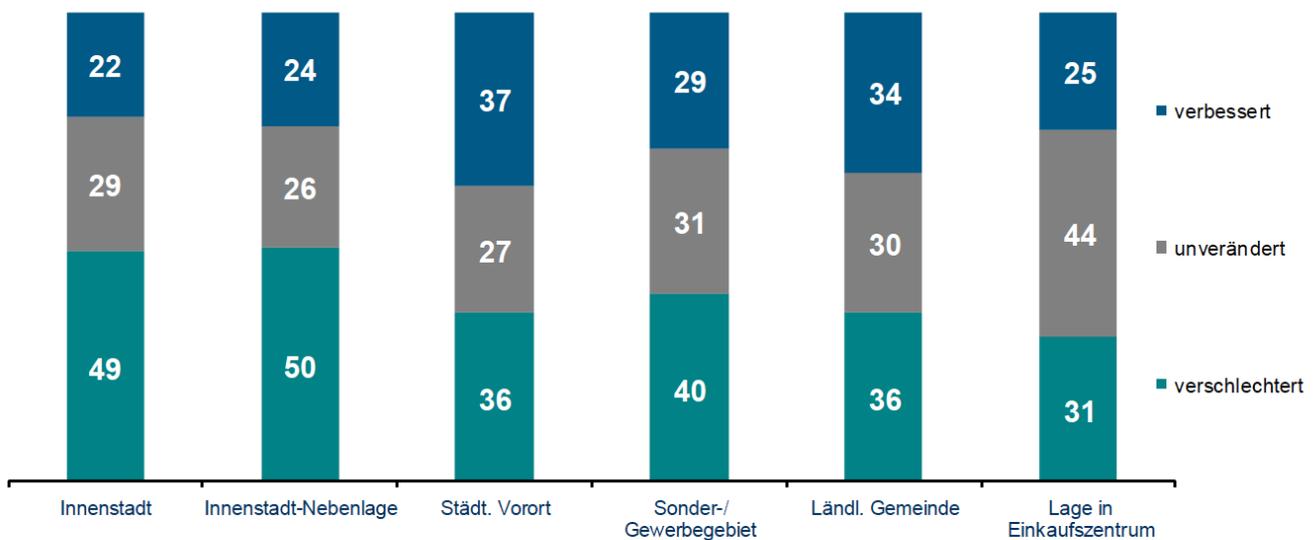
Die kleinen Händler unter Druck

Zwei Charts jedoch können aus Innenstadtsicht jedoch besorgniserregend sein: Ganz besonders die Innenstadtlagen sind unter Druck, speziell die Händler mit weniger als zehn Mitarbeitern.

Innenstadtlagen stark unter Druck

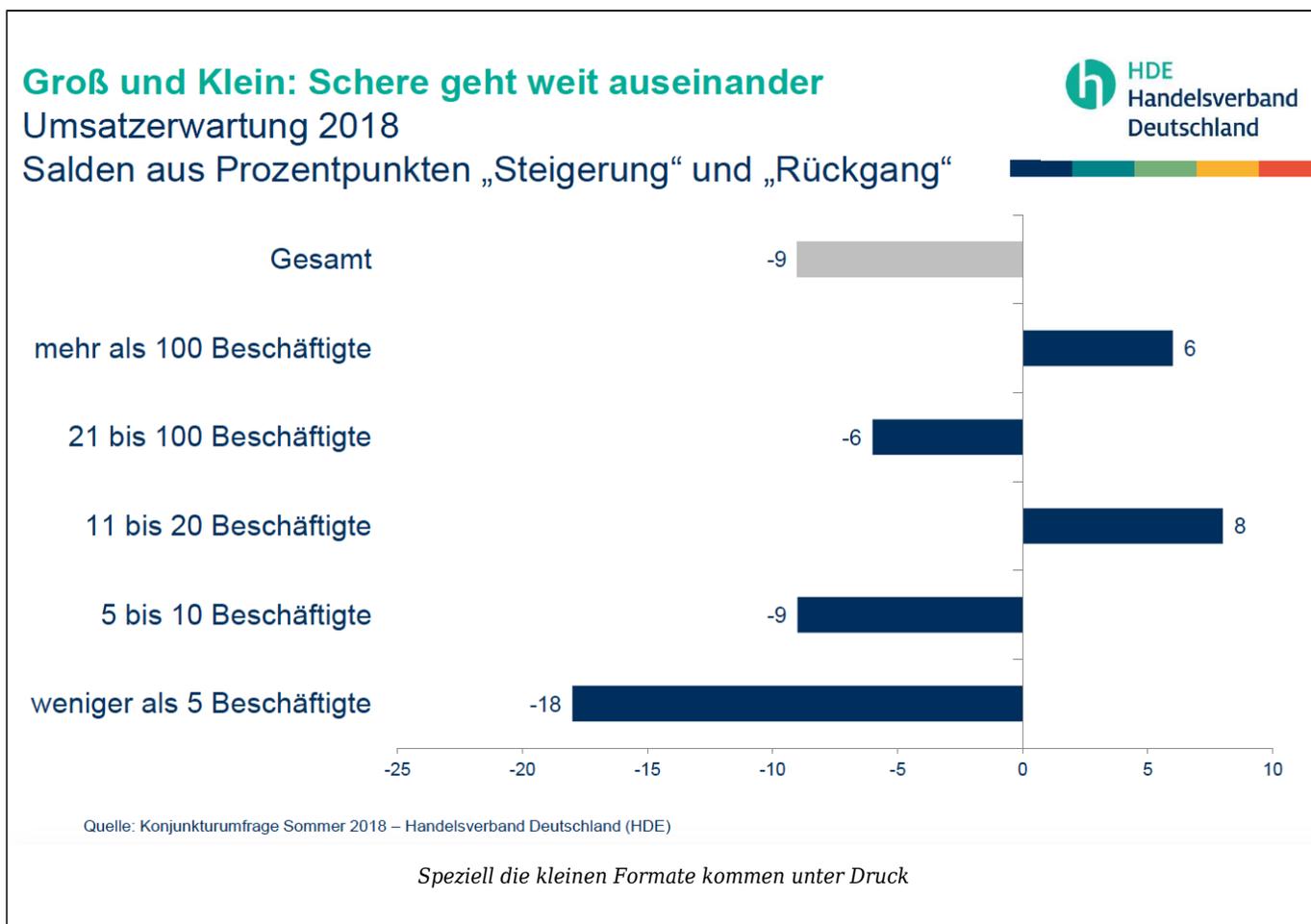
Geschäftslage nach Standort – Entwicklung 1. Halbjahr 2018 (zu Vorjahr), in % der Betriebe

HDE
Handelsverband
Deutschland



Quelle: Konjunkturumfrage Sommer 2018 – Handelsverband Deutschland (HDE)

Die Innenstadtlagen verlieren Anteile



Was bedeutet das für Innenstädte?

In der Vergangenheit haben wir oft untersucht, was interessante Quartiere ausmacht und welcher Mix die Shopper begeistert. Gute Beispiele haben wir bei den Hackeschen Höfen in Berlin gesehen sowie in Williamsburg/NYC USA. Viele Erfolgsrezepte eines attraktiven Handelsmixes basieren oft auf dem Vorhandensein interessanter inhabergeführter Formate. Austauschbare Innenstädte mit immer gleichen Filialisten locken weniger Besucher in die Innenstädte, als in die, in denen es noch richtig was zu entdecken gibt. Die aktuelle Entwicklung ist also für die Besuchsfrequenz gerade von Mittelzentren sehr bedenklich.

Was bedeutet das für die Händler?

Eigentlich müssten bei diese Zahlen gerade bei kleinen Händlern alle Alarmglocken

angehen. Jetzt heißt es, sein Format mit einem noch attraktiveren Sortiment in Verbindung mit viel Erlebnis am PoS aufzufrischen und ALLE Register der Digitalisierung mit Augenmaß zu ziehen. Es gibt seitens der Verbände, der IHK, der Städte oder auch hier auf ZUKUNFT DES EINKAUFENS sehr viele Möglichkeiten, sich zu informieren.

Und was passiert? Bei Informationsabenden in Mittelzentren sitzen 25 Händler von 300, auf Messen oder Konferenzen zu den Themen sieht man bis auf ein paar Ausnahmen so gut wie keine und unsere Anzahl von Newsletter Abonnenten ist jetzt nicht gerade explodiert! Wir können uns nicht erklären, warum gerade die kleinen Händler so passiv in die Zukunft gehen.

Vielleicht hat ja eine Leserin/ein Leser eine Erklärung dafür, gern als Kommentar unter diesen Artikel!