



„Alles verändert sich wahnsinnig schnell“

Fragen des Handels beschäftigen ihn seit Jahrzehnten. Ulrich Eggert ist Diplom-Kaufmann und **einer der bekanntesten Handels-, Trend- und Zukunftsforscher** in Deutschland. Bevor er sich 2007 mit einer eigenen Consultingfirma selbstständig machte, war er 32 Jahre bei der BBE Unternehmensberatung GmbH, Köln, angestellt, davon über 25 Jahre in leitender Position, 13 Jahre als Geschäftsführer.

Herr Eggert, beim IHK-Forum im September in Straubing werden Sie über die Perspektiven des Handels sprechen. Welche Art von Handel hat denn Zukunft?

Eggert: Fangen wir besser mal mit den Handelsarten an, die keine oder zumindest keine große Zukunft haben: Da wären zunächst mal die Warenhäuser – da sehe ich keine große Zukunft. Weniger Zukunft haben auch stationäre Händler ohne USP. Händler die rein warenorientiert sind. Schwierigkeiten sehe ich außerdem bei SB-Warenhäusern. Zukunft hingegen hat alles in der Sparte Convenience. Die Kunden wollen beim Einkauf echtes Erlebnis – das erfordert einen Handel, der weniger

auf die Ware fixiert ist, der einen Mehrwert bietet. Filialisten, die in epischer Breite auftreten, tun sich damit natürlich leichter, als das inhabergeführte Ladengeschäft. Schauen Sie sich zum Beispiel IKEA an: Der Erfolg liegt nicht an der Ware, sondern am Konzept. Was außerdem ganz wichtig ist: Multichannel.

Inwiefern?

Da können auch ganz kleine Geschäfte groß punkten. Nehmen Sie zum Beispiel ein Geschäft mit Haushaltswaren: Sie suchen eine Vase, doch die gibt es im Laden nur in einer bestimmten Farbe und Größe. Dann wäre es Aufgabe der Verkäuferin, dass man sich zum Beispiel gleich im Ge-

schäft am i-Pad gemeinsam anschaut, welche Farben und Größen es außerdem gibt. Gefällt Ihnen davon eine, können Sie gleich im Laden bei der Verkäuferin bestellen und die Ware wird Ihnen dann nach Hause geliefert.

Was sollten Einzelhändler tun, um auf diese Trends vorbereitet zu sein?

Lesen, lesen, lesen. Und Informationsveranstaltungen besuchen. Die Einzelhändler müssen sich bewusst sein: Multichannel ist nichts für in zehn Jahren, das ist jetzt relevant. Die Entwicklungen im Handel sind ja geradezu rasant. Zum Beispiel der 3-D-Druck – das ist auch keine Zu- »

Ein guter Kauf

Gute Einkäufe erfordern etwas Zeit und gute Laune. Mit vernünftiger Arbeitseinteilung und einer Olympia Electric bleibt beides, man braucht sich weniger anzu-strengen und leistet mehr. So ist man auch nach Dienstscluß noch aufgelegt, schöne Sachen einzukaufen – vielleicht auch eine Olympia Portable.



Die Werbefrafiken auf diesen Seiten sind Ausgaben der Mittelbayerischen Zeitung aus den 60er Jahren entnommen. Viele der benannten Geschäfte und Produkte existieren nicht mehr. Andere gibt es bis heute.

kunftsmusik mehr. Durchaus vorstellbar, dass Dekogeschäfte sich selbst einen 3-D-Drucker ins Geschäft stellen, auf dem der Kunde dann seine ganz individuellen Eierbecher machen kann.

Sehen Sie deutschlandweit regionale Unterschiede, was die Bereitschaft der Einzelhändler betrifft, sich mit Verkaufsstrategien über das Internet auseinander zu setzen?

Regional im Sinne von Nord-Süd, Ost-West eher nicht, wohl aber ein Gefälle zwischen Stadt und Land. In der Stadt haben die Händler oft schon mehr Informationen zu diesen Themen erhalten. Und das, obwohl das Land es eigentlich viel dringender bräuchte!

Die Welt des Handels: Worin steckt für Sie darin die Faszination?

Na ja, faszinierend ist, dass wir hier keine Evolution haben, sondern eher eine Revolution. Alles verändert sich wahnsinnig schnell; die Entwicklungen sind nicht absehbar. Es gibt nichts, was es nicht gibt – und wenn doch, dann gibt es das morgen. //

IHK-Veranstaltung

IHK-Zukunftsforum Handel

„Wohin geht die Reise – zwischen Nischenstrategie und Omnichanneling“

-  Mi., 30. Sept. 2015 | 13.00–18.00 Uhr
-  Anmeldeschluss: 23. September 2015
-  Joseph-von-Frauenhofer-Halle, Straubing
-  IHK Regensburg für Oberpfalz / Kelheim
Dr. Matthias Segerer
Tel. 0941 5694-211
segerer@regensburg.ihk.de
-  Kostenfrei