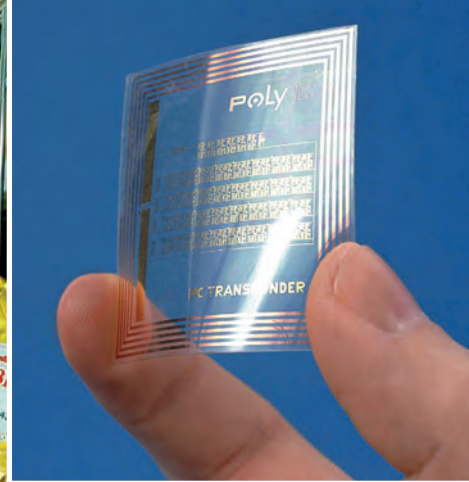


3D-Druck steht heute da, wo das Internet vor 15 Jahren war - entwickelt sich aber rasant weiter.



Durch die gedruckte Elektronik wird es möglich sein, Funketiketten - sogenannte elektronische Produktcodes (EPC) - als Ersatz der Strichcodes auf jedem einzelnen Produkt anzubringen.
Foto: Siemens

Globale Veränderungen

Der deutsche Handel ist in einem geradezu revolutionären Umbruch begriffen. Mit seiner aktuellen Studie Megatrends Handel II – Trendupdate 2025/30 versucht Ulrich Eggert die wichtigsten neuen Entwicklungen und ihre Konsequenzen zu erläutern.

Handel ist wahrlich Wandel, aber zur Zeit erleben wir geradezu das Tempo einer Handelsrevolution – und das einer Revolution ohne absehbares Ende“, stellt Ulrich Eggert fest. Der Kölner ist seit über 35 Jahren mit und für den Handel sowie die Absatz- und Konsumgüterwirtschaft beratend und forschend tätig. Amazon, Zalando & Co. seien dafür nicht alleine mit ihren E-Shops verantwortlich, sagt er, „aber sie sind wesentliche Treiber.“ Neue Technologien wie RFID, NFC, die Smartphones geben ihren Teil dazu und am Horizont klopfen bereits ganz konkret der 3D-Druck an. Wir wollten von dem Handelsforscher wissen, welche Trends

die PBS-Branche künftig beeinflussen.

Das Klagen um den Online-Handel, der den stationären Handel bedroht, ist geradezu legendär. Das Thema wird gelegentlich auch über die Maßen strapaziert. Wie schätzen Sie die Zukunft des Handels allgemein ein und insbesondere die des Fachhandels (PBS)?

Eggert: Durch mangelnde Binnenkonjunktur mit entsprechend geringer Nachfrage und totalem Flächenüberhang auf der einen Seite und das Internet auf der anderen Seite steht der Handel vor einem strukturellen Wandel. Hinzu kommt die langfristige

Hinwendung der Verbraucher zu immer mehr Dienstleistungen statt Ware. Die Hersteller werden immer mehr selber machen und brauchen immer weniger Handel: das Internet erzieht dazu, denn jeder darf es, jeder kann es und jeder macht es dann auch!

Wie sieht Ihrer Ansicht nach der Ansatz für eine Multichannel-Strategie aus, die auch in der PBS-Branche eine Chance hätte?

Eggert: Auf der einen Seite hätte natürlich die Industrie eine riesige Chance, wenn sie sich zu kooperativen Ansätzen zusammen tut und so die Sortimente komplettiert, vor allem, weil die Business-Kundschaft ja das In-



Ulrich Eggert, Dipl.-Kfm., ist seit über 35 Jahren mit und für den Handel sowie die Absatz- und Konsumgüterwirtschaft beratend und forschend tätig. Seit etwa 1990 beschäftigt er sich zunehmend mit den Zukunftsentwicklungen in Vertrieb, Handel und Gesellschaft. Bevor er sich als freiberuflich aktiver Unternehmensberater, Referent und Forscher niederließ, war er über 30 Jahre für die vormalige BBE-Unternehmensberatung GmbH in Köln tätig, davon fast 20 Jahre in leitender Funktion, mehr als 13 Jahre als Geschäftsführer. Er ist heute tätig als Markt-, Trend- und Zukunftsforscher, Unternehmensberater, Fachautor, Referent, Moderator und Organisator vielfältiger Veranstaltungen. Aktuelle Studie „Neue Formate, neue Konzepte und neue Geschäftsmodelle für Handel & Vertrieb“, Ulrich Eggert Consulting, Köln, auf über 600 Seiten mit über 500 Abbildungen/Übersichten. Weitere Details im Internet unter www.ulricheggert.de.

ternet noch eher gewohnt ist als mancher Verbraucher. Auf der Anderen Seite hat die Chance aber auch der Handel, allerdings ebenso faktisch nur kooperativ. Das bedeutet: hier sind ganz klar die Verbundgruppen gefragt, entsprechende Modelle zu entwickeln, bei denen die Anschluss-häuser partizipieren.

Welche sind die wichtigsten Punkte, die Sie in Ihrer neuen Studie aufgreifen?

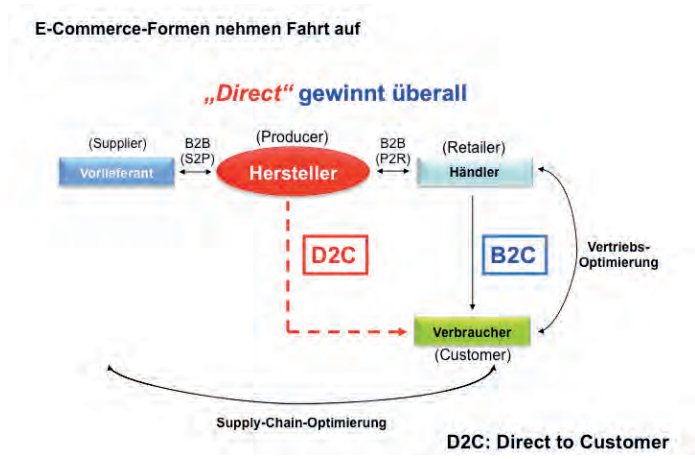
Eggert: In der Studie Megatrends Handel II – Trendupdate 2025/30 greife ich vor allem die Themen E-Commerce und Marktanteilsverschiebungen, Neue Technologien wie 3D-Druck, aber auch Vertikalisierung und Systembildung auf. Ebenso spielt die Emotionalisierung des Handels und Angebotes eine wichtige Rolle.

Sie haben gerade die Trends im Vertrieb und Verkauf genannt. Was genau erwartet uns hier in naher Zukunft?

Eggert: Die Industrie wird die „Sache verstärkt selber in die Hand nehmen“ ist meine feste Überzeugung. Das bedeutet mehr Systeme. Aber auch die Verbundgruppen werden nur mit stärkerer Systembildung „ist gleich Verpflichtung zur Strategieumsetzung“ antworten können, verbunden mit Emotionalisierung vor allem im Geschäft mit Endverbrauchern.

Kann das kleine Ladengeschäft hier eigentlich noch mithalten und welche Chancen hat ein Filialist oder ein Fachmarkt bei diesen Aussichten?

Eggert: Der kleinere Fachhändler hat nur noch Chancen im Verbund und Systemen, Fachmärkte brauchen ebenso wie auch die Filialisten den Verbund wegen der Konditionen, haben es aber etwas leichter. Niemand kann in dieser Branche noch alleine! Wer das trotzdem versucht, hat wohl



Grafik: Ulrich Eggert Consulting Köln, Megatrends Handel II – Trendupdate 2025/30

nichts vom Markt verstanden. Wir hatten bisher Sturm, der Orkan kommt erst noch!

Ein weiterer Trend, der bereits mit der Hardware Einzug in unsere Branche gehalten hat, sind die 3D-Drucker. Welche Revolution erwarten Sie hier – auch im Hinblick auf die Logistik?

Eggert: Das ist zwar noch etwas langfristig, aber doch sehr wichtig und eigentlich recht klar abzusehen. 3D-Druck steht heute da, wo das Internet vor zwölf bis fünfzehn Jahren war: interessant, man liest mal was drüber, aber noch völlig unwichtig. Was draus geworden ist, weiß jeder. Gewiefte Händler steigen heute auf den Zug und machen ihren Kunden klar, dass sie das Thema beherrschen und für den Kunden die Ausdrücke vornehmen anstatt dass er das selber macht und so uno actu den Handel gleich überflüssig. Die Industrie wird in einigen Sparten der Branche nicht mehr produzieren, sondern langfristig nur noch Software-Lizenzen per Internet vertreiben, Logistiker müssen neue Felder suchen und viele Anwender/Verbraucher könnten zum Selbstproduzenten mutieren.

Trotz steigender Zahlen im Online-Handel reagieren die Konsumenten sehr unterschiedlich und zuweilen radikal (siehe Facebook, Whatsapp, Abkehr von

Trendmarken). Wie stehen aber die Chancen für einen stationären Handel, der Emotionen, Lifestyle und Individualität vermittelt?

Eggert: Das ist seine einzige Chance – neben der davon unabhängigen Systemeinkbindung – überhaupt! Aber das wird schwierig, denn es bedarf neuer, ergänzender Sortimente, Kopplungsangebote, revolvierend-wechselnde Sortimente, wesentlich verbesserter Warenpräsentation und vieles mehr. Mit anderen Worten, die Verbundgruppen sind auch mal wieder gefragt, ohne sie geht es nicht. Hart formuliert wird der Markt total vertikalisiert und in Industriehände fallen, wenn es die Verbundgruppen nicht mit harten Einschnitten anders durchsetzen. Kooperationsfolklore reicht dafür nicht mehr aus. Sonst wird der Handel zum Kleinst-Lieferanten für die Vergesslichen wie der Kiosk für das abendliche Bier mit Kartoffel-Chips.

www.ulricheggert.de.

Megatrends Handel II – Trend-update 2025/30 (Subscriptionspreis 585 Euro zzgl. MwSt. als Download) sowie weitere Kauf- und auch kostenlose Studien stehen unter www.ulricheggert.de zum Download bereit.