

Discounter auch in Zukunft auf dem Vormarsch

21.09.2018, 15:06 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Ulrich Eggert Consulting*

Mit umfassendem kostenlosen Download

Der Lebensmittelsupermarkt als Betriebsform des Handels feierte im Jahr 2017 seinen 60. Geburtstag. Der Discount hat dieses Alter zwar offiziell noch nicht erreicht, aber immerhin haben die Albrecht-Brüder bereits 1962 ihr damaliges Geschäftsmodell in ein Discountkonzept umgewandelt.

Mit asketischen Läden und Kostendumping haben Aldi und die vielen Nachahmer zusammen erfolgreich die Geiz-ist-geil-Welle geritten und sind so bis 2017 bei gut 16.000 Filialen (von über 37.000 im gesamten Lebensmittelbereich) auf einen Jahresumsatz von mehr als 70 Milliarden Euro gekommen, wobei der gesamt Food- / Lebensmittelhandel knapp 160 Milliarden Euro Umsatz erzielte, wie das EHI veröffentlichte. Das ist immerhin ein Marktanteil von um die 45 Prozent in 2017.

Viele Menschen – Kunden und auch Nicht-Kunden, vor allen Dingen aber auch Ausländer – sahen bereits das Ende der Esskultur in Deutschland aufkommen, weil Deutschland zum Discountland Nr. 1 in der Welt wurde. In der Zwischenzeit haben sich die Zeiten geändert: Sortimente und Strategien wurden drastisch abgewandelt, aber der Erfolg der Discounter hat sich fortgesetzt, obwohl viele Markt- und andere Forscher nach 2010 bereits den Discount auf dem Rückzug wähten.

Dabei haben sich die Discount-Filialen in Deutschland in den letzten Jahren immer mehr hin zum Supermarkt entwickelt. Sie haben ihre Sortimente erweitert, die Preise flexibilisiert, Dienstleistungen und Services wie auch Markenartikel integriert, kurz um: Trading up steht schon lange auf ihrem Programm. Es ist Ihnen gelungen, Ihre Position praktisch überall zu stärken, aber es bleibt festzustellen, dass ihre Marktanteile trotzdem nur noch gelegentlich und geringfügig wachsen. Die „alt-hergebrachten“ Wettbewerber von Seiten der Supermärkte geben sich keineswegs geschlagen. Hinzu kommt der immer klarer sich abzeichnende Konkurrenzkampf mit den Onlinern.

Das hat zur Folge, dass sich die Rendite der „klassischen“ Discounter im Schnitt erheblich verschlechtert hat. Discounter werden deshalb in Zukunft neue Strategien in vielfältiger Form präsentieren müssen, um zusätzliche Erträge zu generieren und trotzdem ihr Grund-Image als preisgünstige Einkaufsquelle zu behalten. Die UEC | Ulrich Eggert Consult + Research in Köln hat in einer aktuellen Studie DISCOUNT-WELTEN – HEUTE UND MORGEN 2025/30 auf über 500 Seiten mit ca. 370 Abbildungen Überlegungen und Strategien entwickelt, wie Discounter in Zukunft weiter im Markt reüssieren dürften. Einen knapp 20-seitigen Auszug aus der Studie mit einzelnen detaillierten Strategie-Ansätzen finden interessierte Leser auf www.ulricheggert.de/kostenlosestudien.

Portrait

Die Ulrich Eggert Consult + Research, Köln, wurde zu Anfang 2007 von Ulrich Eggert in Köln nach über 32 jähriger Tätigkeit bei der ehem. BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln, davon mehr denn 13 Jahre als Geschäftsführer, gegründet. Ulrich Eggert setzt heute als freiberuflicher Unternehmensberater, Referent, Moderator und Organisator von Veranstaltungen sowie als Trend- und Zukunftsforscher und Autor von Studien und Fachbüchern seine erfolgreiche Tätigkeit für Handel/Handwerk, Industrie und Dienstleistung fort.

Seine Tätigkeitsfelder sind u. a.:

- Trend und Zukunftsforschung
 - Markt- und Handelsforschung
 - Strategie-Beratung, Portfolio-Entwicklungen
 - Duedilligence
 - moderierte Workshop-Beratungen
 - Absatzplanungen, Machbarkeits-Studien.
- Seine Arbeitsthemen umfassen die

- Entwicklungen in Konsum und Gesellschaft
- Zukunft von Handel und Distribution/Vertrieb
- Versand-/Distanzhandel, E-Commerce und Multi-Channel-Retailing
- Innovationen und Innovationsmanagement
- Neue Geschäftsmodelle und Formate
- Neu Vertriebsstrategien
- Kooperation, Systembildung und Franchising
- Vertikalisierung und Direktvertrieb
- Marke und Markenpolitik
- Virtualisierung von Unternehmen.

Vorträge und Workshops/Veranstaltungen zu diesen Themen runden sein Leistungsprogramm ab. Bisher über 40 Veröffentlichungen in Form von Multi-Client-Studien und Büchern dazu, verzeichnet auf seiner Homepage, zeigen seine umfassende Erfahrung auf diesen Gebieten. In den Jahren 2008- heute erschienen bisher im Eigenvertrieb folgende Studien:

- + LUXUSVERTRIEB,
- + FUTURE DISCOUNT,
- + MAIL ORDER 2015,
- + HANDELS- UND VERTRIEBSINNOVATIONEN,
- + KONSUM(ENT) UND HANDEL,
- + DIE ZUKUNFT DER BAU- UND HEIMWERKERMÄRKTE,
- + DIE ZUKUNFT DER GEWERBLICHEN VERBUNDGRUPPEN,
- + HANDEL 2020 – WEGE IN DIE ZUKUNFT,
- + HANDEL UND MARKE
- + KOOPERATION IM VERTRIEB
- + VERTIKALISIERUNG IM VERTRIEB
- + MEGATRENDS 2020: HANDELSTRENDS
- + KOSTEN SENKEN MIT SYSTEM
- + NEUE HANDELSFORMATE – NEUE VERTRIEBSKONZEPTE
- + FOKUS HANDEL
- + B2B-VERTRIEBSTRENDS
- + MÖBEL 2020: HANDEL & VERTRIEB
- + LUXUS: MÄRKTE & VERTRIEB
- + WACHSTUMSPAKET HANDEL: 3 Studien zu Wachstumsstrategien im Handel
- + MEGATRENDS HANDEL II – TRENDUPDATE 2025/30
- + 4.0 – DIE DIGITALE REVOLUTION
- + HANDEL & INTERNET
- + VERBUNDGRUPPEN & INTERNET
- + INDUSTRIE, LIEFERANTEN & INTERNET
- + GESCHÄFTSMODELLE & FORMATE IM B2C ONLINE-HANDEL
- + (QUALITATIVE) HANDELS- UND VERTRIEBSTRENDS – ALL ABOUT DIGITALISIERUNG, INTERNET, E-COMMERCE & CO.
- + ZUKUNFT E-COMMERCE B2C – QUANTITATIVE ENTWICKLUNGEN 2020/25/30
- + 3-D-DRUCK – CHANCEN & ENTWICKLUNGEN
- + LANGFRISTIGER WANDEL IM HANDEL
- + MÖBEL & WOHNEN 2025/30

+ DIGITALES MARKETING (BAND I)

+ DIY 2025/30

+ DIGITALES MARKETING (BAND II)

+ ZUKUNFT STATIONÄRER HANDEL 2030, Band I

+ ZUKUNFT STATIONÄRER HANDEL 2030, Band II

+ TRENDWELTEN HANDEL und VERTRIEB 2028 – 2025/30

+ ZUKUNFT IM DISCOUNT 2025/30: Teil I und II

sowie zum Bezug über den Buchhandel oder direkt beim Verlag das „KURSBUCH UNTERNEHMENSFÜHRUNG“, ISBN 978-3-8029-3422-3; „ZUKUNFT HANDEL“, ISBN 978-3-8029-3855-09 sowie „KOSTEN SENKEN!“, ISBN 978-3-8029-3847-4, alle im Walhalla-Fachverlag, Regensburg. Details zu allem auf www.ulricheggert.de. Hier finden Interessenten direkt unter www.ulricheggert.de/kostenlosestudien auch über 50 aktuelle Kurz-Studien zum kostenlosen Download.

News-ID: 1019403 • Views: 780 (Stand: 28.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1019403/Discounter-auch-in-Zukunft-auf-dem-Vormarsch.html>