

MegaTrends Handel - Die wesentlichen Handelstrends 2020

24.03.2011, 08:18 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Ulrich Eggert Consulting*

Das Pro-Kopf-Einkommen der deutschen Bevölkerung ist netto real seit 1991 nicht mehr gestiegen – im Gegenteil, es ist um mehr als 5 % gesunken.

Daher ist es denn auch kein Wunder, dass in der gleichen Zeit die Handelsumsätze auch nur nominal gestiegen sind, aber nicht real. Aber parallel zu dieser Entwicklung sind die Verkaufsflächen im Handel um beinahe 50 % ausgebaut worden, so dass über 40 % „heiße Luft“ im deutschen Handel entstanden ist – und diese Luft muss raus! Denn das Ergebnis ist eine extrem sinkende Flächenrentabilität und das wirft zunehmend mehr Betriebe aus der Kurve.

Die Finanzkrise hat diese Entwicklungen noch verstärkt, dazu kommt des extrem preisorientierten Denkens des deutschen Durchschnittsverbrauchers. All dies hat zu einem scharfen Hyperwettbewerb geführt, der folgende Fragen aufwirft:

- Wie mag es denn weitergehen in den nächsten zehn Jahren im deutschen Handel?
- Was passiert in den nächsten Jahren?
- Was treibt den Handel an?
- Wie wird er sich voraussichtlich ändern?
- Wie kann und sollte man sich darauf einstellen?

Das sind die Fragen, die die Ulrich Eggert Consulting.Köln in ihrer neuesten Studie Megatrends 2020:Handelstrends praxisnah beantworten möchte.

Es wurden etwa 40 Megatrends herausgearbeitet, die die Entwicklungen der nächsten Jahre prägen werden. Im Folgenden sollen diese Trends in Kurzform dargestellt werden:

–Trend 1: Hyperwettbewerb – to be lunch or to have lunch

Der enorme Flächenüberhang von gut 40% im dt. Einzelhandel führt zu Preiskriegen und extreme Kämpfe um das Geld der Verbraucher: Jeder gegen Jeden!

–Trend 2: Totale Ökonomisierung des Handels

Die Finanzkrise und ein Wachstum nahe 0 fördern die Konsolidierung im deutschen Handel – Restrukturierungen von Konzernen und Konzentration sind einige der Antworten.

–Trend 3: Flächenkonsolidierung

Der exorbitante Flächenausbau in den letzten Jahren beruht im Wesentlichen darauf, dass alte Flächen nur in geringem Umfang vom Markt verschwunden sind. Aber in Zukunft werden „gute“ Flächen „schlechte“ Flächen ersetzen.

Leerstände und Flächenumwandlungen werden an der Tagesordnung sein.

–Trend 4: Wettbewerbstrends, Lebenszyklus und Marktanteile der Formate

Die Marktanteile verschieben sich drastisch. Letztlich sind es nur drei Formate, deren Marktanteil in den nächsten Jahren noch wachsen werden, nämlich: Discounter, Fachmärkte als Near-Discounter und die Versender – oder, wie man es heute besser sagt, der Distanzhandel, vor allen Dingen angetrieben durch E-Commerce und Multi Channel Retailing.

–Trend 5: Das I. Primat der Finanzen

Basel II erzwingt eine Konsolidierung auch im Finanzbereich des Handels und wird neue Finanzierungsformen nach vorne schieben. Das in der Finanzkrise etwas in Verruf geratene Mezzanine Kapital wird für den Mittelstand bedeutender und für die größeren Unternehmen das Thema Private Equity.

–Trend 6: Das II. Primat der Kostenoptimierung – E-Business

Wer die Kosten nicht im Griff hat, wird in finanzielle Probleme kommen. Controlling ist angesagt und hohe Investitionen in IT. Die unternehmerischen Prozesse werden mit E-Business-Software zusammengeführt.

–Trend 7: Das III. Primat - „Green Business“

LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) – als starker Verbrauchertrend - erwarten entsprechende Reaktionen des Handels. Green Business geht jedoch darüber hinaus: Corporate Social Responsibility, Compliance und Corporate Governance sind die Forderungen, insbesondere an große Unternehmen – aber nicht nur an sie!

–Trend 8: Logistik-Optimierung

In einer Optimierung der gesamten Wertschöpfungskette – vom Vorlieferanten bis hin zum Endverbraucher – liegen noch die entscheidenden Rationalisierungspotenziale, vor allen Dingen für größere Unternehmen, die im Verbund oder

mit Filialen arbeiten. RFDI – Radio Frequency Identification – für die Produktidentifikation und Kontrolle über den gesamten Lieferweg ist eines der entscheidenden Stichworte. Dieses Thema wird ergänzt durch City-Logistik in den Städten, um den Verkehr mit Groß-Lkw's einzudämmen in den Stadtstraßen – und erweitert wird das Thema zunehmend durch „Kontraktlogistik“, also Aktivitäten, mit denen Logistikunternehmen für die Handelshäuser mehr als die Warenbelieferung übernehmen. Das kann die Aufbereitung von Waren, wie etwa das Aufbügeln der Bekleidung, das können Reparaturen sein, das kann aber auch die Gesamtübernahme des Komplexes E-Commerce bedeuten.

–Trend 9: Strategische Planung entscheidet über die Zukunft

Ohne exakte Planung und Kontrolle sowie anschließende Anpassung der Pläne oder der Maßnahmen läuft nichts mehr im Handel. Bauchmanagement ist vorüber.

–Trend 10: Innovationen entscheiden über die Zukunft

Alles, was neu ist, kommt an im Markt! Das bedeutet nicht nur ständig neue Produkte, sondern ständig neue Geschäftsprozesse, um die Kosten zu sparen, und ständig neue Geschäftsformate, um die Unternehmen in ihrer Attraktivität gegenüber dem Verbraucher nach vorne zu bringen. Hier ist nicht (nur) der Firmeninhaber in seinem „stillen Kämmerlein“ gefragt, sondern Open Innovation heißt die Zukunft: Mitarbeiter, Kunden und auch Dritte können hier unterstützend helfen.

–Trend 11: Formatgewinnung vor Preiswettbewerb

Die Preise sind so niedrig, sie können kaum mehr weiter sinken! Deshalb ist es entscheidend, dass der Handel mit den richtigen Formaten, mit den richtigen Konzepten an den Markt geht.

.....

–Trend 41: Virtuelle Unternehmen gewinnen durch stringentes Outsourcing

Im Rahmen kooperativer Aktivitäten wird das Outsourcing von Hilfsleistungen zu einem entscheidenden Mittel, die Kosten herunterzudrücken. Aber virtuelle Unternehmen gehen einen wesentlichen Schritt weiter – sie verlagern im Grunde genommen alle Aktivitäten an Dritte und behalten lediglich die Marke, die sie wie ein Netzgeflecht im Markt führen. Unternehmen wie Polo Ralph Lauren, Adidas, Red Bull und Ähnliche sind hierzu zu zählen, wenn auch nicht unbedingt in Reinkultur. In Zukunft werden auch die Verbundgruppen des Handels diesen Weg gehen.'

Diese und weitere 30 MEGA-Trends, die den Handel in den nächsten Jahren bewegen werden, sind detailliert in der Studie MegaTrends 2020: HandelsTrends mit über 500 Seiten und ebenso vielen Übersichten /Grafiken besprochen. Eine Kurzfassung zum kostenlosen Download und Informationen zur detaillierten Langfassung gibt es auf der Homepage des Herausgebers.

Portrait

Die Ulrich Eggert Consulting.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 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 30 Veröffentlichungen in Form von Multi-Client-Studien und Büchern dazu, verzeichnet auf seiner Homepage, zeigen seine umfassende Erfahrung auf diesen Gebieten. In 2008-11 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

sowie zum Bezug über den Buchhandel oder direkt beim Verlag das „KURSBUCH UNTERNEHMENSFÜHRUNG“, ISBN 978-3-8029-3422-3, Walhalla-Fachverlag, Regensburg. Details sowie kostenlose Downloads auf der Homepage.

News-ID: 522506 • Views: 1518 (Stand: 27.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/522506/MegaTrends-Handel-Die-wesentlichen-Handelstrends-2020.html>