

PRESSEMITTEILUNG

DER CORONATURBO: GESCHÄFTSAUFGABEN UND ONLINEWACHSTUM IM ZEITRAFFER

Neue Zahlen von IFH KÖLN und Professor Dr. Werner Reinartz, Universität zu Köln, zeigen: Pandemiebedingt beschleunigt sich der Strukturwandel im Handel um circa sieben bis acht Jahre. Geschäftsaufgaben, Onlinewachstum und Formatverschiebungen mit nie dagewesener Dynamik. Für Unternehmen gilt es, Schritt zu halten.

Köln, 24. März 2021 — Die Lage im deutschen Handel ist ernst – die Pandemie und die Digitalisierung haben Kundenverhalten und Wettbewerbssituation maßgeblich beeinflusst. Die Geschwindigkeit, mit der Veränderungen im Markt sichtbar werden, hat drastisch zugenommen. Beispiel Geschäftsaufgaben: Durch die Coronapandemie hat sich der Zeithorizont für Prognosen deutlich verkürzt – und zwar um circa sieben Jahre. Bis 2023 werden bis zu einem Fünftel der stationären Läden ihre Türen schließen müssen – also bis zu 80.000 Geschäfte. Für das bestehende Jahr spannt sich die Situation kurzfristig zusätzlich durch liquiditätsbedingte Engpässe, die durch den Shutdown entstehen, weiter an.

Onlinewachstum auf der Überholspur

Online wächst, keine Frage. Auch ohne Corona. Doch mit Corona bekommt die Onlinedynamik noch einmal weiteren Schub. Rechneten die IFH-Expert:innen bisher mit einem Onlineanteil von bis zu 22 Prozent bis 2030, werden die „Vor-Corona-Prognosen“ zum Onlineanteil am Handel insgesamt bis zu acht Jahre früher eintreten – mit weitreichenden Folgen für die Handelswelt. Die Chancen für einen strukturierten Transformationsprozess werden durch die Pandemie und die dadurch entstandenen Liquiditätsengpässe verhindert.

„Für Unternehmen hat diese Entwicklung in erster Linie eine organisatorische Konsequenz: Es gilt, sich so aufzustellen, dass die Geschwindigkeit mitgegangen werden kann. Agilität und Innovationswille sind entscheidend für zukunftsorientierte Geschäftsmodelle“, so Dr. Eva Stüber, Expertin für Transformation am IFH KÖLN.

Formatstrukturen im Wandel – Sonderkonjunktur in den Branchen

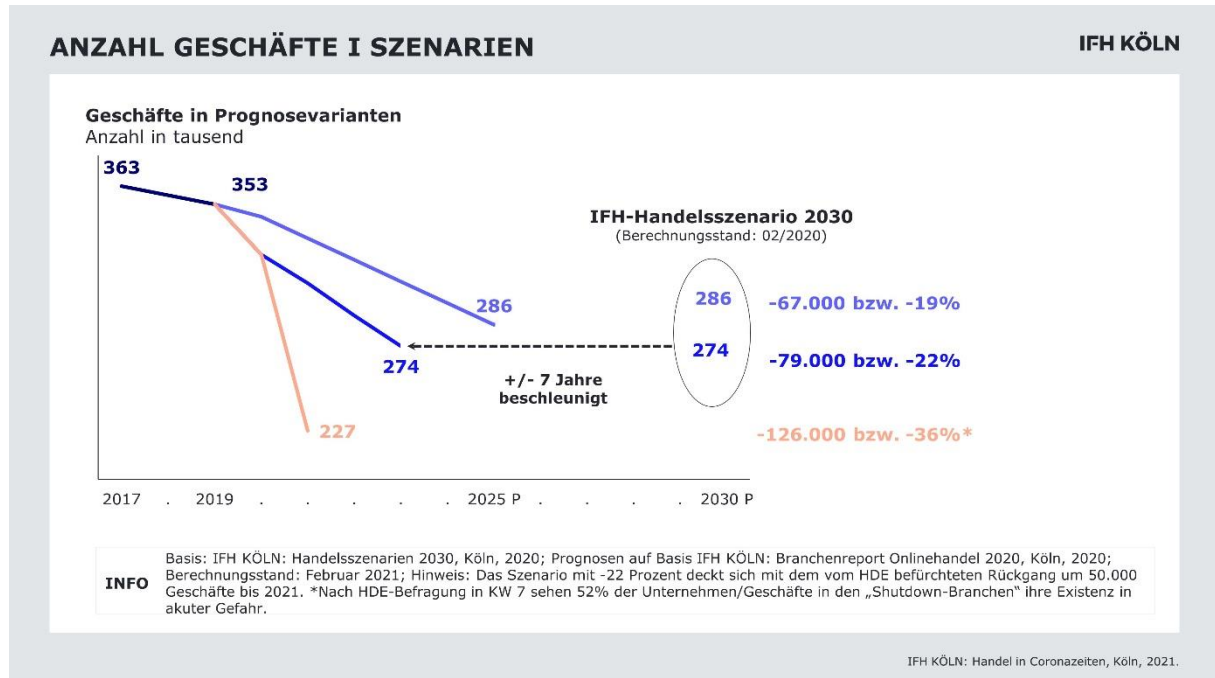
Mit dem rasant wachsenden Onlineanteil einerseits und dem durch die Coronapandemie veränderten Bedarf der Konsument:innen andererseits haben sich die Formatstrukturen im Einzelhandel deutlich verschoben. Verloren hat vor allem der stationäre Nonfood-Fachhandel – und damit die Basis der Innenstädte. Neben dem Onlinehandel zählt auch der Lebensmitteleinzelhandel zu den Gewinnern: Rund 12 Prozent konnte der LEH laut aktueller Hochrechnungen 2020 gegenüber 2019 an Umsatz zulegen. Und auch der Blick auf die Handelszweige zeigt ein Ausnahmejahr: Während der Fachhandel mit Bekleidung 2020 im Vergleich zu 2019 knapp ein Viertel an Umsatz verloren hat, konnte der Fahrradmarkt um fast 34 Prozent zulegen. Damit erreicht die Wachstumsratenamplitude zwischen den Handelszweigen für 2020 circa 60 Prozent – in „normalen“ Jahren liegt diese bei circa 15 Prozent.

„Das Coronajahr 2020 spiegelt sich eindrücklich im Kaufverhalten wider. Die Bedarfe der Konsument:innen haben sich deutlich verschoben. Belletristik statt Reiseliteratur,

Ausstattung für Einzel- statt Mannschaftssport und gesteigerte Ausgaben für das eigene Zuhause resultieren in einer extremen Sonderkonjunktur“, erklärt Ökonom Professor Dr. Werner Reinartz von der Universität zu Köln.

Wörter der Meldung: 425

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.241



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung ist untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Daten

Unter dem Titel „Handel in Coronazeiten – Status quo und Perspektiven“ haben Professor Dr. Werner Reinartz, Universität zu Köln, und das IFH KÖLN relevante Zahlen zu Markt, Wettbewerb und Konsumverhalten für den Handel der Zukunft zusammengetragen. Die neu berechneten Daten zur Handelsentwicklung unter dem Einfluss der aktuellen Pandemie gehen von den Berechnungen der IFH-Expert:innen für das „[Handelsszenario 2030](#)“ aus und wurden mithilfe bewährter IFH-Methodik und auf Basis des IFH-Brancheninformationssystems aktualisiert. Berechnungsstand: Februar 2021.

Über das IFH KÖLN

Als Brancheninsider liefert das IFH KÖLN Informationen, Marktforschung und Beratung zu handelsrelevanten Fragestellungen rund um eine erfolgreiche Gestaltung der Zukunft und der Entwicklung passender Geschäftsmodelle. Das IFH KÖLN ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen und Handelsstandorte erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH KÖLN einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digitalstrategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Tochtermarke ECC KÖLN ist das IFH KÖLN seit 1999 im E-Commerce aktiv und widmet sich dem Community- und Knowhow-Transfer für die Digitalisierung im Handel.

Mehr unter: www.ifhkoeln.de

Über die IFH FÖRDERER

Bereits seit dem Jahr 1929 agieren die IFH FÖRDERER als gemeinnütziger Verein an der Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis. Sie stehen für den wechselseitigen, inhaltlichen Austausch zwischen

akademischer Arbeit und operativer Handelswelt. Dieser Austausch wird durch intensives Netzwerken und regelmäßigen Wissenstransfer lebendig. Mitglieder der IFH FÖRDERER sind Handels- und Herstellerunternehmen, Verbände, Kammern, Dienstleister und öffentliche Institutionen. Das Präsidium der IFH FÖRDERER setzt sich aus renommierten Köpfen des Handels in Deutschland zusammen.

Weitere Informationen unter: <https://www.ifhkoeln.de/ifh-foerderer/>