

Digitalisierung als Chance begreifen

Joachim Pfeiffer über den Umbruch im Einzelhandel – Einkauf per Mausklick immer beliebter



Joachim Pfeiffer
Wirtschaftspolitischer Sprecher
der CDU/CSU-Bundestagsfraktion

© Steven Rödler

Alle Menschen müssen einkaufen. Während sie früher selbst in ein Geschäft gehen mussten, können sie heute viele Einkäufe mit einem Mausklick bequem von zu Hause aus erledigen. Die rasch voranschreitende Digitalisierung stellt die bekannten Verkaufsstrukturen auf den Kopf und zwingt den Einzelhandel, sich völlig neu aufzustellen. Die Unionsfraktion hat deshalb im Dezember 2016 das Positionspapier »Einzelhandel 4.0« verabschiedet. Darin werden die wichtigsten Herausforderungen der Branche aufgegriffen und Vorschläge gemacht, wie sich der Wandel am besten gestalten lässt. Über das Thema sprach »Fraktion direkt« mit dem

wirtschaftspolitischen Sprecher der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, Joachim Pfeiffer.

Herr Pfeiffer: Sie haben den Anstoß für das Papier gegeben. Was hat Sie dazu veranlasst?

Pfeiffer: Die gesellschaftliche und politische Diskussion über die Chancengleichheit zwischen stationärem und Online-Handel wurde bisher kaum geführt. Die Wirtschaftspolitiker haben deshalb eine eigene Gesprächsreihe, das Forum Einzelhandel, ins Leben gerufen. In zahlreichen Fachgesprächen mit Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Behörden haben wir den Wandel im Einzelhandel von verschiedenen Seiten beleuchtet: Sind stationärer Handel und Online-Handel Rivalen oder ergän-

zen sie sich? Was bedeutet diese Entwicklung für die Innenstädte? Wie können logistische Probleme gelöst werden? Welche Kooperationsmöglichkeiten bieten sich? Welche Rolle spielt das Kartellrecht? Das Positionspapier fasst unsere Antworten auf diese und andere Fragen zusammen.

Welche Bedeutung hat der Einzelhandel für die deutsche Wirtschaft?

Pfeiffer: Der Einzelhandel ist mit einem Jahresumsatz von insgesamt 472 Milliarden Euro im Jahr 2015, mehr als drei Millionen Beschäftigten und einem Anteil am Bruttoinlandsprodukt von 15,6 Prozent eine der wichtigsten Branchen der deutschen Wirtschaft. Die Verkäufe über das Internet hatten im Jahr 2015 bereits einen Marktanteil von 11,7 Prozent am Jahresumsatz. Bis 2020 wird eine annähernde Verdopplung des Marktanteils auf 20 Prozent prognostiziert.

Die Zahlen zeigen aber auch, dass der klassische Einzelhandel mit seinen Geschäften immer noch weit überwiegt. Er ist ganz entscheidend für die Attraktivität unserer Städte und für die ländlich geprägten Regionen. Geschäfte und Läden bieten Arbeitsplätze, versorgen die Menschen vor Ort mit dem, was sie brauchen, und fungieren als soziale Treffpunkte. Über 90 Prozent der Einzelhändler in Deutschland sind kleine und mittelständische Unternehmen. Auf sie entfielen im Jahr 2015 jedoch nur 17,9 Prozent des Jahresumsatzes. Der Rest entfällt auf die großen Ketten und den Online-Handel.

Wo sehen Sie die größten Herausforderungen für die Branche?

Pfeiffer: Die größte Herausforderung ist zweifellos die rasant zunehmende Digitalisierung und das sich dadurch ändernde Kundenverhalten. Digitalisierung bedeutet dabei mehr als nur im Internet einzukaufen. Mobile Bezahlmethoden externer Zahlungsdienstleister, neue Einkaufserlebnisse im Ladengeschäft – beispielsweise durch sogenannte Beacons, die Werbung und Informationen über Produkte im Vorbeigehen auf das Smartphone senden – oder neue Einkaufsmodelle – wie online bestellen

und im Laden abholen – lassen die Grenzen zwischen analogem und digitalem Einkaufen immer mehr verschwimmen.

Wo sehen Sie die Politik in der Verantwortung?

Pfeiffer: Die Politik muss den Wandel begleiten und den Rahmen rechtssicher und fair gestalten. Fast alle Politikbereiche sind davon betroffen. Es bedarf u.a. eines flächendeckenden Breitbandausbaus und eines funktionierenden mobilen Internets. Wir brauchen belebte und attraktiv gestaltete Innenstädte. Gleichzeitig erwarten die Menschen in ländlichen Gebieten, dass sie auch in Zukunft wohnortnah versorgt werden.

Mehr Online-Handel bedeutet aber auch einen erhöhten Bedarf an Verkehrs- und Logistikinfrastruktur sowie qualifizierte, breit ausgebildete Mitarbeiter. Die Tarifpartner haben die Aufgabe, die sich verändernden Marktbedingungen in den Tarifverhandlungen angemessen zu berücksichtigen. Nicht vergessen werden darf der grenzüberschreitende Online-Handel in der EU. Hier brauchen wir Regeln, die einen fairen Wettbewerb ermöglichen.

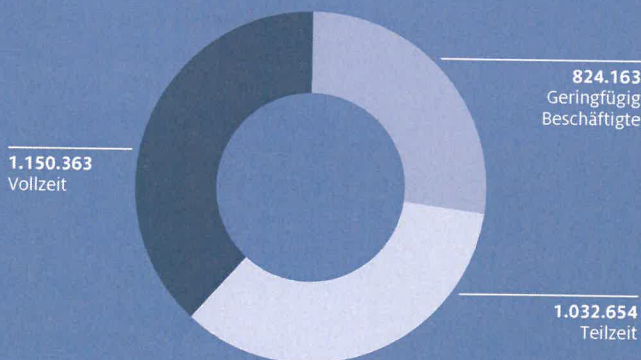
Wie sieht der erfolgreiche Einzelhändler der Zukunft aus?

Pfeiffer: Den »Multichannel-Handel«, also die Vernetzung zwischen stationärem und Online-Handel, halte ich für besonders vielversprechend. Ihm gehört die Zukunft. Umfragen haben ergeben, dass 60 Prozent aller Europäer bereit sind, ihre Ware online zu bestellen und anschließend im stationären Geschäft abzuholen. 73 Prozent der Befragten würden zudem ihre online gekaufte Ware auch gerne im Laden vor Ort persönlich zurückgeben können. Aus meiner Sicht zeigt dies, dass der erfolgreiche Einzelhändler der Zukunft mehrere Standbeine nutzen sollte. Er sollte auf allen Ebenen präsent sein: vor Ort und digital. Er sollte regelmäßig sein Produktangebot erneuern und in vielversprechende neue Technologien investieren. Auch hier gilt: Wer im Wettbewerb erfolgreich sein will, muss flexibel und offen für Neues sein.

»Der »Multichannel-Handel« ist besonders vielversprechend.«

Beschäftigte im Einzelhandel

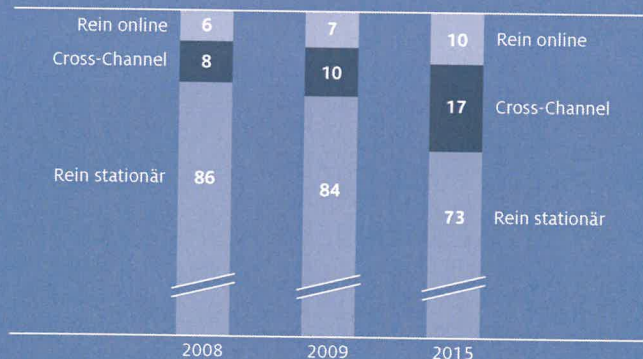
Anzahl in Deutschland (Stichtag: 30. September 2015)



Quelle: HDE; auf Basis von Zahlen der Bundesagentur für Arbeit

Schnelles Wachstum der Cross-Channel-Händler

Anteil am Umsatz der Non-Food-Unternehmen in Prozent



Quelle: IHD Research 2016

