

Digital-Monitor zum stationären Handel am Niederrhein



© mostockfootage - Fotolia.com

Die Digitalisierung ist ein Riesenthema für alle Branchen – und damit auch für den stationären Handel. Doch wie digital ist der Einzelhandel in der Region? Das hat die Kölner result GmbH im Auftrag und in Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer (IHK) Mittlerer Niederrhein untersucht. Die Ergebnisse wurden nun im „Digital-Monitor zum stationären Handel am Niederrhein“ veröffentlicht. „Es hat sich gezeigt, dass viele Einzelhändler auf diesem Gebiet noch großen Nachholbedarf haben“, sagt Andree Haack, Geschäftsführer des IHK-Bereichs Existenzgründung und Unternehmensförderung. „Das Potenzial der Digitalisierung wurde immer noch nicht erkannt.“

Für die repräsentative Studie wurden 182 Unternehmen aus dem IHK-Bezirk befragt und die Onlineaktivitäten von 904 Einzelhändlern analysiert. Darunter waren beispielsweise Modegeschäfte genauso wie Lebensmittelhändler, Parfümerien und Apotheken. Es hat sich gezeigt, dass fast die Hälfte der Händler im IHK-Bezirk keine eigene Webseite hat. Von der anderen Hälfte geben lediglich 60 Prozent Öffnungszeiten und nur knapp 50 Prozent eine Anfahrtsskizze an. „Das ist alarmierend“, erklärt Tanja Neumann, IT-Referentin der IHK. „Denn damit hat der Kunde noch nicht einmal die Möglichkeit, Basisinformationen zu erhalten.“ Wünschenswert wäre, wenn auch die Sortimente und Marken online dargestellt würden. „Das wird dem heutigen Nutzerverhalten gerecht. Denn viele bereiten ihren Einkaufsbummel online vor.“

Einen Onlineshop betreiben lediglich knapp 30 Prozent der stationären Händler – und da wird sich auch in Zukunft nicht viel tun. „Nur jeder siebte Händler plant, in Zukunft auch online zu verkaufen“, berichtet Neumann.

Mehr Akzeptanz erfahren die Sozialen Netzwerke, in denen mehr als die Hälfte der Einzelhändler vertreten sind. Dabei ist Facebook die mit Abstand am häufigsten genutzte Plattform (98 Prozent), gefolgt vom Bilder-Netzwerk Instagram (21 Prozent) und vom Kurznachrichtendienst Twitter (12 Prozent). „Der Vorteil der Social-Media-Kanäle ist, dass sie einen Dialog mit den Nutzern ermöglichen“, sagt Neumann. Fast 50 Prozent der auf Facebook präsenten Händler erhalten mindestens einmal pro Woche Anfragen und Nachrichten von Usern. „Erschreckend ist aber der Umgang damit, denn nur jeder zweite Händler antwortet

regelmäßig darauf. Das ist so, als würde der Kunde einen Mitarbeiter im Laden ansprechen und keine Reaktion erhalten.“

Doch Digitalisierung im Handel bedeutet nicht nur, im Internet präsent zu sein. Deshalb wurde für die Studie auch der Umgang mit technologischen Möglichkeiten abgefragt und untersucht. 80 Prozent der befragten Unternehmen nutzen mindestens ein technologisches System, um die Geschäftsabläufe zu unterstützen. Komplexe Warenwirtschafts- oder Kundenmanagementsysteme sind hingegen nur in gut der Hälfte der Geschäfte im Einsatz. „Interessant ist: Je mehr Systeme dabei kombiniert werden, desto mehr werden diese Systeme als Hilfe empfunden“, so Neumann. Die Einbindung von verfügbaren Technologien, die auf den Kunden ausgelegt sind wie virtuelle Regale oder interaktive Spiegel, ist dagegen nicht weit fortgeschritten.

„Erstaunlich ist, dass mit 38 Prozent ein großer Teil der Einzelhändler in unserer Region die Digitalisierung als Chance wahrnimmt“, sagt IHK-Geschäftsführer Andree Haack. „Nur 18 Prozent sehen sie als Bedrohung an.“ In der Studie zeigte sich aber eher eine passive Einstellung bei den Händlern. „Dabei ist es jetzt an der Zeit, aktiv zu werden“, appelliert Haack. „Denn wer nur zuschaut, verliert.“

Die komplette Studie gibt es im Internet:
www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/18086

Ansprechpartner

Agnes Absalon

Telefon: +49 2151 635-349
Telefax: +49 2151 635-44349
E-Mail:
Nordwall 39
47798 Krefeld

Tanja Neumann

Telefon: +49 2151 635-310
Telefax: +49 2151 635-44310
E-Mail:
Nordwall 39
47798 Krefeld

Dokument-Infos

Webcode: 18117
Ausdrucksdatum: 18.09.2021