



Zukunfts-Check-up

für den stationären Einzelhandel



Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Einleitung

Für jeden Einzelhändler ist es schwierig, die eigene Position am Markt herauszufinden. Dabei geht es um Fragen wie: Wie kann ich die Herausforderungen der Digitalisierung erfolgreich nutzen? Lohnt es sich, in den Onlinehandel zu expandieren, und wo erhalte ich Unterstützung? Das Themenspektrum rund um den Handel der Zukunft ist vielfältig: von der Beziehung zum Kunden über das Management der Lieferkette und des Warenwirtschaftssystems bis hin zur Zahlungsabwicklung und digitalen Kundenbindung.

Die Checkliste* formuliert an dieser Stelle Fragen, um Ihnen eine Orientierung zur Ihrer jetzigen Position zu geben und Ihr Problembewusstsein zu schärfen. Mithilfe der Übersicht können Sie den derzeitigen Status des eigenen Betriebs erfassen und anschließend passende Maßnahmen ableiten.

Die Selbstanalyse hilft Ihnen, wenn Sie sich mit den eigenen Vorstellungen und den spezifischen Kundenanforderungen auseinandersetzen. Sie versucht, spezifische Handlungsmöglichkeiten zu verdeutlichen, die helfen, die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Einzelhandels zu erhöhen. So werden sowohl vor Ort durchzuführende Aktivitäten als auch onlinespezifische Maßnahmen vorgeschlagen. Die Checkliste umfasst vier Handlungsfelder. Sie können daraus zielgerichtet, gemäß den individuellen Bedürfnissen, Maßnahmen ableiten.

Folgende vier Handlungsfelder sollten Sie beachten:

Einzelbetriebliche Maßnahmen im stationären Handel	Seite 3
Gemeinschaftliche Maßnahmen im stationären Handel	Seite 5
Digitale Sichtbarkeit Ihres Geschäfts	Seite 6
Onlinehandel	Seite 7

Vor der Analyse sollten Sie sich ausführlich damit beschäftigen, wer zu Ihrer Zielgruppe zählt und was Ihre Kunden von Ihnen erwarten. Zu bedenken sind Generationsunterschiede in Interessen und Schwerpunkt der Ansprache. Je kritischer Sie sich selbst gegenüber sind, umso erfolgreicher kann Ihr schlummerndes Potenzial geweckt werden. Natürlich können Sie auch Meinungen von Kunden oder Mitarbeitern hinzuziehen. Veranstaltungen, Unterstützungs- sowie Beratungsangebote finden Sie in dem jeweiligen Handlungsfeld und Themenbereich.



* Quelle: IHK Darmstadt Rhein Main Neckar, Vor Ort erfolgreich bestehen – Ein Leitfaden für den stationären Einzelhandel (um eigene Angaben ergänzte Checkliste).

Einzelbetriebliche Maßnahmen im stationären Handel



Ist mein Geschäft ansprechend?

EMPFEHLUNG: Übersichtlichkeit und eine ansprechende Gestaltung sind für den stationären Handel von großer Bedeutung. Das Schaufenster gibt einen ersten Eindruck des Einzelhandels und sollte den Wunsch nach mehr wecken. Innerhalb des Ladens hilft eine anziehende Warenpräsentation, das Interesse des Kunden beizubehalten. Nutzen Sie hier auch digitale Möglichkeiten und spielen Sie mit den Sinnen.

JA NEIN

DENKEN SIE NACH ÜBER:

- Schaufenstergestaltung
- Warenpräsentation
- Verlängerte Ladentheke
- Digital Signage
- Multisensorik am Point of Sale
- Sauberkeit im Eingangsbereich



Kenne ich meine Kunden und betreibe ich Werbeaktionen zielgerichtet?

EMPFEHLUNG: Werbung hilft Ihnen als Einzelhändler, gezielt Aufmerksamkeit für bestimmte Produkte und Ihr Geschäft zu erzielen. Werbeaktionen können sehr vielseitig sein wie beispielsweise Printwerbung, besondere Veranstaltungen, Motto-Wochen oder -Tage, gezielte Kundenansprachen, Gutscheine oder Preisnachlässe. Daneben obliegt es Ihnen als Einzelhändler, durch Kundenfreundlichkeit, besondere Attraktionen und Vorteile Ihre Kunden an sich zu binden, damit sie mehr als einmal kommen.

JA NEIN

DENKEN SIE NACH ÜBER:

- Werbeaktionen / Events
- Newsletter
- Werbe- und Rabattaktionen
- E-Mail-Marketing
- Mitarbeiterqualifikation
- Kundenbindungsinstrumente
- Kundenzufriedenheitsanalyse
- Kundenbedürfnisse kennen** ↗ / Wertversprechen herausarbeiten
- Wiedererkennung

Als stationärer Einzelhändler leben Sie von der Kundschaft vor Ort. Ihre höchste Aufmerksamkeit gilt daher Ihren Kunden und deren Erwartungen an das lokale Ladengeschäft.

Tipp



↗ Zum Abruf weiterer Infos einfach auf den Begriff klicken.

Einzelbetriebliche Maßnahmen im stationären Handel



Biete ich Zusatzleistungen an?

EMPFEHLUNG: Sie können als Einzelhändler davon profitieren, wenn Sie dem Kunden neben dem Produkt weitere Serviceleistungen anbieten können. Dies kann sich einerseits auf den Auswahlprozess des Produkts beziehen und eine Entscheidung erleichtern, andererseits können weitere Dienstleistungen nach dem Kauf damit verbunden sein wie zum Beispiel die Änderungsschneiderei oder der Heimtransport.

JA NEIN

DENKEN SIE NACH ÜBER:

- Abholstation
- Click & Collect
- Computergestützte Realitätserweiterung (Virtual Reality und Augmented Reality)
- Produktinformationssysteme (Talking Products/QR-Codes)
- Kundenkommunikation über Messenger-Apps
- Weitere digitale Technologien am Point of Sale
z. B. Sprachsysteme



Habe ich eine Digitalisierungsstrategie und meine internen Prozesse überprüft?

EMPFEHLUNG: Digitalisierung ist mehr als ein Trend. Sie verändert die Geschäftsprozesse fundamental. Welche Strategien und Möglichkeiten gibt es für den stationären Handel, online auf sich aufmerksam zu machen und offline im Geschäft die Besucherzahlen und den Umsatz zu steigern? Entscheidend ist Ihre Digitalisierungsstrategie. Werfen Sie auch einen Blick auf Ihre internen Prozesse und entwickeln Sie diese weiter.

JA NEIN

DENKEN SIE NACH ÜBER:

- Digitalstrategie ↗
- Warenwirtschaftssysteme
- ERP-Systeme (ERP-Systeme sind betriebswirtschaftliche Softwarelösungen zur Steuerung von Geschäftsprozessen)
- Kassensysteme & Registrierkassen ↗
- Verschiedene Bezahlssysteme / Mobile Payment ↗
- Erfassung und Nutzung von Kundendaten
- Fördermöglichkeiten ↗
z. B. Digitalisierungskredit, go-digital



↗ Zum Abruf weiterer Infos einfach auf den Begriff klicken.

Gemeinschaftliche Maßnahmen im stationären Handel



Nehme ich an Gemeinschafts-Werbeaktionen teil?

EMPFEHLUNG: Sie als Einzelhändler haben die Möglichkeit, mit Ihrem direkten Umfeld oder auch mit bestimmten Einzelhändlern vor Ort Werbeaktionen oder Veranstaltungen auf die Beine zu stellen. Hier ist die Palette an Möglichkeiten groß, je nachdem wie viel Zeit und Engagement investiert werden können.

JA NEIN

DENKEN SIE NACH ÜBER:

- Events und verkaufsoffene Sonntage [↗](#)
- Beteiligung an der Imagekampagne „Heimat shoppen“ [↗](#)
- Gutscheinsysteme
- Einkaufsführer
- QR-Code/Barcode
- Mitgliedschaft und Engagement in einer Werbegemeinschaft
- Die Nutzung von IHK-Netzwerken



Möchte ich in einem Zusammenschluss/Netzwerk Zusatzleistungen anbieten?

EMPFEHLUNG: Sie können sich als Einzelhändler im Verbund mit Zusatzdiensten von der Konkurrenz abheben und den Einkauf für die Kunden als Erlebnis gestalten. Das können beispielsweise Tage mit speziellen Beratungsangeboten und der Lagerung der Einkaufstaschen sein oder auch die Einrichtung eines dauerhaften Lieferdienstes von lokalen Händlern. Daneben können Sie den Kunden Empfehlungen zu den Kollegen Ihres Vertrauens aussprechen.

JA NEIN

DENKEN SIE NACH ÜBER:

- Serviceoffensive
- Innenstadt-Lieferservice
- Empfehlungsmarketing
- Querverkäufe, d. h. Verkauf von sich ergänzenden Produkten oder Dienstleistungen



Sie können durch eine Zusammenarbeit mit anderen Einzelhändlern oder lokalen Marketinginitiativen profitieren. Gemeinsam erzeugen Sie mehr Aufmerksamkeit und können Zusatzleistungen anbieten, die allein nicht zu stemmen wären.

Tipp



[↗](#) Zum Abruf weiterer Infos einfach auf den Begriff klicken.

Digitale Sichtbarkeit Ihres Geschäfts

WWW

Habe ich eine eigene Homepage?

EMPFEHLUNG: Die Homepage Ihres Handelsunternehmens stellt Ihre erste Visitenkarte im Internet dar und erreicht potenzielle Kunden außerhalb des direkten Einzugsgebiets. Eine adäquate Präsentation Ihres Unternehmens und Ihres Sortiments hat höchste Priorität. Rechtliche Pflichten sind dabei zu beachten. Es besteht auch die Möglichkeit, sich zertifizieren zu lassen, was die Seriosität Ihrer Website erhöht. Auch die mobile Optimierung des Internetauftritts ist wichtig, da die Kunden mit steigender Tendenz von ihrem Smartphone im Internet recherchieren.

JA NEIN

DENKEN SIE NACH ÜBER:

- [Homepage](#)
- [Content-Management-Systeme für die Homepage](#)
- [Webvisitenkarte](#)
- App
- [Rechtliche Stolperfallen](#)
z. B. Informationspflichten, Cookies, Datenschutz, Impressumspflicht, Widerruf, AGB



Viele Einzelhändler nutzen heute bereits ein virtuelles Schaufenster als zusätzlichen Frequenzbringer. Doch auch die Internetpräsenz birgt Tücken und fordert Sie als Einzelhändler auf, einen professionellen Eindruck zu hinterlassen.



Betreibe ich Onlinemarketing?

EMPFEHLUNG: Um im Netz gefunden zu werden, gibt es viele Möglichkeiten. Ein Stichwort ist Suchmaschinenoptimierung, sodass auf den gängigen Kanälen die Präsenz Ihres Einzelhandels steigt. Zudem können Sie über Kundenrezensionen ein Meinungsbild einfangen.

JA NEIN

DENKEN SIE NACH ÜBER:

- [Suchmaschinenwerbung \(SEA\)](#)
- [Suchmaschinenoptimierung \(SEO\)](#)
z. B. [Google My Business](#), Google Maps, Google Ads
- Bewertungsportale
- Registrierung auf Herstellerhomepage
- [Google Local Inventory Ads \(LIAs\)](#)



Nutze ich soziale Medien für den Einzelhandel?

EMPFEHLUNG: Soziale Medien sind insbesondere für die jüngeren Generationen fester Bestandteil der digitalen Kommunikation. Um diesen wachsenden Kundenstamm anzusprechen, können Sie als Einzelhändler überlegen, ob sich diese Möglichkeiten sinnvoll nutzen lassen, um „Follower“ über bestimmte Aktivitäten in Bezug auf Ihr Unternehmen zu informieren.

JA NEIN

Denken Sie nach über:

- [Social-Media-Plattformen](#)
- [Facebook-Profil](#)
- [Instagram-Profil](#)
- [Pinterest-Profil](#)
- YouTube-Kanal
- [Blog](#)
- [WhatsApp](#)



[➤](#) Zum Abruf weiterer Infos einfach auf den Begriff klicken.

Onlinehandel



Habe ich einen eigenen Onlineshop oder möchte diesen aufbauen?

EMPFEHLUNG: Ein Onlineshop ist eine bewusste Entscheidung, in den Onlinevertrieb zu gehen und fordert somit entsprechende Ressourcen von Ihnen als Einzelhändler. Dies ist zu bedenken, wenn Sie den stationären Handel weiterhin führen möchten. Mit entsprechenden Anfangsinvestitionen kann dieser Einstieg lohnenswert sein. Zudem stehen Möglichkeiten offen, weitere Dienstleistungen und Optionen anzubieten.



Gibt es Verkaufs- und Auktionsplattformen, die ich nutzen kann?

EMPFEHLUNG: Sie können als Einzelhändler Gebrauch von Verkaufs- und Auktionsplattformen machen, sodass das Einrichten eines eigenen Onlineshops wegfällt. Einerseits ist der erste Aufwand geringer, andererseits können mit den Plattformen besondere vertragliche Regelungen bestehen, die abzuwägen sind. Vor allem als kleiner Einzelhändler können Sie sich auch mit weiteren Einzelhändlern zusammenschließen und das Onlinegeschäft erproben.

JA NEIN

Denken Sie nach über:

- Onlineshop [↗](#) oder Alternativen
- Service und Dienstleistungen z. B. Informationen über Stand der Bestellung, 24-h-Hotline
- Optimierung für mehrere Endgeräte
- Versandprozess
- Zertifizierung durch bekannte Gütesiegel z. B. TÜV, EHI, Trusted Shops, Qualitätsmanagement ISO 9001

JA NEIN

Denken Sie nach über:

- Verkaufs- und Auktionsplattformen [↗](#)
- Gemeinschaftlich genutzte Plattformen
- Lokale Marktplätze



Als stationärer Einzelhändler können Sie das Internet zudem als weiteren Vertriebskanal nutzen, um den Markt außerhalb Ihres örtlichen Einzugsgebiets zu erschließen. Der Absatz kann damit erhöht werden. Das erfordert allerdings auch weiteres Fachwissen und womöglich Personal.



[↗](#) Zum Abruf weiterer Infos einfach auf den Begriff klicken.

Weiterführende Informationen und Angebote finden Sie hier*:

Die IHK Mittlerer Niederrhein bietet ein umfassendes Beratungsprogramm für den Einzelhandel an. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf, und informieren Sie sich. Wir helfen Ihnen gerne weiter. Außerdem organisiert die IHK Mittlerer Niederrhein in regelmäßigen Abständen Veranstaltungen zu aktuellen Handelsthemen.

Schauen Sie auch auf der Internetseite [mittlerer-niederrhein.ihk.de](https://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de) nach anstehenden **Terminen** [↗](#).

[Leitfaden „Go online“](#) [↗](#)

[Online-Tool und Leitfaden für Ihre Internetpräsenz](#) [↗](#)

[Tipps für die Gestaltung Ihrer Internetseite](#) [↗](#)

[IHK@ward – Best-Practice-Beispiele für Ihre Online-Präsenz](#) [↗](#)

[Fördermöglichkeiten für den Handel](#) [↗](#)

[Digitalcoaches für den Einzelhandel](#) [↗](#)

[Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Handel](#) [↗](#)

[City Lab Südwestfalen](#) [↗](#)

Ihr Ansprechpartner



Matthias Pusch

IHK Mittlerer Niederrhein
Bismarckstraße 109
41061 Mönchengladbach
[☎ 02161 241-137](tel:02161-241-137), [☎ 02161 241-105](tel:02161-241-105)
[@pusch@mittlerer-niederrhein.ihk.de](mailto:pusch@mittlerer-niederrhein.ihk.de)

* Das aufgeführte Informationsangebot stellt eine Auswahl dar. Es wird ständig erweitert und aktualisiert.



Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Ihre IHK vor Ort

Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Geschäftsstelle Krefeld

Nordwall 39
47798 Krefeld

☎ 02151 635-0

🌐 [mittlerer-niederrhein.ihk.de](https://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de)

@ info@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Geschäftsstelle Mönchengladbach

Bismarckstraße 109
41061 Mönchengladbach

☎ 02161 241-0

🌐 [mittlerer-niederrhein.ihk.de](https://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de)

@ info@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Geschäftsstelle Neuss

Friedrichstraße 40
41460 Neuss

☎ 02131 9268-0

🌐 [mittlerer-niederrhein.ihk.de](https://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de)

@ info@mittlerer-niederrhein.ihk.de