

## PRESSEINFORMATION

Advicum-Analyse zur Retail-Krise:

### **Die Zukunft des Einzelhandels ist hybrid**

- Corona wirkt als Katalysator für den Retail-Sektor
- Integration digitaler Shopping-Touchpoints ist dringend nötig
- Stationärer Einzelhandel: Käuferlebnis statt reiner Bedarfsdeckung

Wie kaum eine andere Branche erlebt der Einzelhandel in der Corona-Krise weltweit die größte Disruption der letzten 50 Jahre. Wer ausschließlich auf stationären Verkauf setzt, wurde in den vergangenen sechs Monaten mit teilweise dramatischen Umsatzeinbußen konfrontiert. Dies geht aus einer aktuellen Analyse der Wiener Unternehmensberatung Advicum Consulting hervor. „Corona wirkt gerade im Retail-Sektor wie ein Brandbeschleuniger. Defizite in den Geschäftsmodellen, die latente Zurückhaltung gegenüber digitalen Technologien und die große Scheu vor künstlicher Intelligenz und Virtual Reality führten dazu, dass viele Einzelhändler der Krise komplett ausgeliefert waren. Online-Handel erwies sich hingegen als krisenresilienter Vertriebskanal“, betont Andreas Kornberger, Associate Partner bei Advicum.

### **Beunruhigende Entwicklung**

Die Zahlen geben zu denken: Einkaufsstraßen verzeichnen Umsatzeinbußen bis 15 Prozent, Shopping-Center sogar weit über 20 Prozent, meldete kürzlich der Österreichische Handelsverband. Besonders größere Städte sind davon massiv betroffen. In Deutschland klagen 61 Prozent der Handelsbetriebe über Umsatzrückgänge. Und nur wenige andere Branchen schickten derart viele Mitarbeiter in Kurzarbeit wie der Retail-Bereich. Die Kauflust der Konsumenten wird nicht nur durch die Maskenpflicht – an die man sich mittlerweile langsam gewöhnt – erheblich reduziert. Vier von zehn Shoppenden ekeln sich davor, einen Einkaufswagen anzugreifen, bei ebenso vielen löst der Besuch im Supermarkt generell ein mulmiges Gefühl aus. Rund zwei Drittel versuchen beim Einkauf anderen Menschen auszuweichen und jeglichen Kontakt zu vermeiden.

### **Erlebnisse schaffen**

„Welche Zukunft hat das Shoppen unter diesen krassen Umständen?“, fragt die aktuelle Advicum Analyse. Zumal, da man angesichts der drohenden Wirtschaftskrise im kommenden Jahr ja auch mit verstärktem Preisbewusstsein und Konsumzurückhaltung rechnen wird müssen. „Die Zukunft des Einzelhandels kann nicht anders aussehen als hybrid, also eine Mischung aus online und stationär“, ist Advicum Retail-Experte Florian Bernhard überzeugt. Für die heimischen Retailer bedeute das, so rasch wie möglich entsprechende Maßnahmen für die optimale Integration digitaler Touchpoints zur Ermöglichung von E-Commerce-Umsätzen zu setzen. Das Ende des stationären Einzelhandels sei damit freilich noch lange nicht gekommen. Gerade nach den Corona-Beschränkungen werde die Lust am realen Shoppen wieder wachsen, ist man bei Advicum überzeugt. Gefragt werde dann aber weniger die reine Bedarfsdeckung sein, die sich online oft bequemer und kostengünstiger realisieren lässt, wie viele Menschen in der Krise gelernt haben. Wichtiger wäre, eine besondere „Customer Experience“ zu kreieren, die für die Besucher im Store ein echtes und intensives Produkterlebnis, kombiniert mit individueller Beratungsqualität, ermöglicht.

## Integriertes Shoppen

Betrachtet man lediglich Leistungskennzahlen, ist der Onlineshop aufgrund der degressiven Fixkosten und des Entfalls von Miet- und Personalkosten naturgemäß rentabler als es physische Stores zumeist sein können. Richtigerweise werden daher auch Österreichs KMUs beim Ausbau ihres digitalen Vertriebs vom Wirtschaftsministerium gefördert. Aber, so die Advicum Retail-Consulter: „Online- und Offline-Shoppingmöglichkeiten sollten nicht nur parallel verfügbar sein, sondern integriert und miteinander verknüpft dem Konsumenten das bieten, wonach er gerade sucht. Zu guter Letzt sei es auch ein Anliegen im Dienste ökologischer Nachhaltigkeit, den stationären Handel nicht gänzlich sterben zu lassen. „Wenn alles nur noch verschickt und wieder zurückgeschickt wird, bedeutet dies eine ungeheure Umweltbelastung. Ganz zu schweigen davon, dass ein erheblicher Anteil der Retouren bekanntermaßen geshreddert und nicht weiter verwertet wird“, erklären Kornberger und Bernhard übereinstimmend.

Wien, 7. Oktober 2020

### Advicum Consulting

Die Advicum Consulting GmbH, ein eigentümergeführtes österreichisches Beratungs- und Investmentunternehmen, verfügt über umfassende Erfahrungen in Managementconsulting und Corporate Finance. Seit der Gründung im Jahr 2002 hat Advicum hunderte Projekte von über 300 Kunden betreut und in die Realität umgesetzt. Spezialisiert ist das Unternehmen auf Transformations-Management, die Veränderung von Strategien, Strukturen, Abläufen, Denk- und Handlungsmustern in einem Unternehmen, um dieses deutlich wettbewerbsfähiger zu machen. Besonders aktuell in diesem Zusammenhang ist die Verknüpfung von „Old & New Economy“, insbesondere durch Automatisierung und Digitalisierung. Die Branchenschwerpunkte liegen in den Bereichen Immobilienwirtschaft, Industrie, Handel und im Public Sector.

### Rückfragehinweis:

Advicum Consulting GmbH  
Bauernmarkt 10/16  
1010 Wien  
Tel.: +43 (1) 236 1116 0  
office@advicum.com

PR-Büro Halik  
Tel.: +43 (2266) 67 477  
office@halik.at