Rebecca Hauck

Chancen für den lokalen Einzelhandel. Potenziale und Erfolgsfaktoren

Masterarbeit

GRIN

BEI GRIN MACHT SICH IHR
WISSEN BEZAHLT

- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit,
  Bachelor- und Masterarbeit

- Ihr eigenes eBook und Buch -
  weltweit in allen wichtigen Shops

- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren

GRIN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.dnb.de/ abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlages. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2015 GRIN Verlag
ISBN: 9783668207523

Dieses Buch bei GRIN:

https://www.grin.com/document/320889

Rebecca Hauck

Chancen für den lokalen Einzelhandel. Potenziale und Erfolgsfaktoren

GRIN Verlag

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

http://www.grin.com/

http://www.facebook.com/grincom

http://www.twitter.com/grin_com

Freie wissenschaftliche Arbeit zur Erlangung des Grades
Master of Science in Business Management
mit dem Thema:

CHANCEN FÜR DEN LOKALEN EINZELHANDEL

Lehrstuhl für
Betriebswirtschaftslehre und
Wirtschaftsinformatik

Julius-Maximilians-Universität Würzburg

von Rebecca Hauck

am 08.12.2015

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis ..... **III**

1 Aussterben des Einzelhandels **1**

2 Begriffsbestimmung und -eingrenzung **3**

2.1 Systematisierung *3*

2.2 Betriebs- und Vertriebstypen *5*

3 Einzelhandel – Status Quo und Potenziale **9**

3.1 Struktureller und branchenspezifischer Wandel *9*

3.2 Treibende Kräfte *11*

3.2.1 Markt und Wettbewerb 12

3.2.2 Informations- und Kommunikationstechnologien 13

3.2.3 Soziodemografie und Wertedynamik 15

4 Erfolgsfaktoren für den lokalen Einzelhandel **19**

4.1 Strategiekompetenz *19*

4.2 Vertriebskanal- und Marketingstrategien *22*

4.2.1 Electronic Commerce 22

4.2.2 Mobile Commerce 25

4.2.3 Multi Channel Retailing 28

4.3 Kommunikation am Point of Sale *30*

4.3.1 Instrumente 30

4.3.2 Ladengestaltung 33

4.3.3 Erlebnis- und Convenience-Orientierung 36

4.4 Kunden- und Serviceorientierung *39*

5 Stärkung des Würzburger Einzelhandels **43**

5.1 Strategische Situationsanalyse *43*

5.1.1 Rahmendaten 43

5.1.2 Leistungsangebot 45

5.1.3 SWOT-Analyse 48

5.2 Handlungskonzepte und Maßnahmen *49*

5.2.1 Interne Lösungsansätze 49

5.2.2 Externe Lösungsansätze 52

5.3 Regionale Kampagnen *54*

6 Ausblick **59**

7 Management Summary **63**

Anhang **65**

Quellenverzeichnis **71**

Abkürzungsverzeichnis **89**

1 Aussterben des Einzelhandels

Der stationäre Einzelhandel in Deutschland hat sich im vergangenen Jahrzehnt nur mäßig entwickelt. Im September 2014 verzeichnete er den stärksten Umsatzrückgang seit sieben Jahren [HABL14]. Es wird sogar vom „Tod“ des Einzelhandels gesprochen.

Kaum eine andere Branche in Deutschland ist einem derartigen Wandel ausgesetzt wie der Einzelhandel. Während die Betriebsformen Discounter und Versandhandel an Bedeutung gewinnen, kämpfen traditionelle Ladengeschäfte mit Leerständen und werden von Filialen verdrängt. Ferner erhöht die steigende Beliebtheit des Online-Handels als Teilbereich des Einzelhandels zunehmend den Druck auf die stationären Händler, weshalb stagnierende und sinkende Umsätze die Folgen sind. Zwar ist der Internethandel der größte Treiber für diese Entwicklung, jedoch behindern sich etablierte mittelständische Händler aufgrund unzeitgemäßer Geschäftsmodelle und ungenügender Innovationskraft auch selbst. Hinzu kommen demografische Entwicklungen und verändertes Einkaufsverhalten durch neue Kundenbedürfnisse, die den Handel vor große Herausforderungen stellen.

Vor diesem Hintergrund soll im Rahmen dieser Masterarbeit die Frage beantwortet werden, wie die Zukunft des lokalen Einzelhandels aussehen und ob er tatsächlich aussterben wird. Um dies beurteilen zu können, ist es daher das Ziel dieser Arbeit zu ermitteln, welche grundsätzlichen Überlegungen anzustellen sind und welche strategischen Optionen für den mittelständischen Handel bestehen, um ihn vor weiterem Ladensterben zu bewahren und sich im Kampf gegen den Wandel zu behaupten. Der Handel sollte das Internet als Marktchance sehen und in ein eigenes Wachstums- bzw. Optimierungspotenzial verwandeln. Es ist enorm wichtig, auch online Präsenz zu zeigen und den Konsumenten die Vorteile aufzuzeigen, die ein Kauf im Geschäft vor Ort bringt.

Dazu werden einleitend zunächst die wichtigsten Begrifflichkeiten zum Einzelhandel definiert und eingegrenzt, sodass der Leser einen Überblick über die Thematik erhält. Eine Beschreibung der gängigsten Betriebs- und Vertriebstypen wird Kapitel 2 dann abschließen.