



Training an der Rudermaschine: Heimfitnessgeräte sind stark gefragt.

Ranking

Gestärkt aus der Krise

Die Pandemie hat etliche Handelsssegmente schwer getroffen – andere konnten profitieren. Neue Konzepte für die Einkaufsmeilen in den Innenstädten sollen stationäre Anbieter fit machen für die Zukunft.

Jan Wittenbrink Köln

Für Küchenhändler glich die Corona-Zeit einer Achterbahnfahrt: Im ersten Lockdown 2020 brachen die Umsätze ein, verschlossene Türen und Unsicherheit prägten die Stimmung. Doch im Jahresverlauf zogen die Verkäufe an, bis sie weit über Vorjahresniveau lagen. „Wer sowieso schon den Wunsch nach einer neuen Küche hatte, zog den Kauf in der Krise vor“, sagt Jürgen Feldmann, Geschäftsführer beim Verband Der Küchenring. „Unsere Gesellschafter kommen kaum mit der Planung und Montage hinterher.“ Bei Geschirrspülmaschinen gebe es schon Lieferengpässe.

Die Branche zeigt exemplarisch, dass die Krise keineswegs in allen Handelssparten zu weniger Nachfrage führte. „Die Verbraucher haben sich in der Pandemie im Einzelhandel nicht zurückgehalten – im Gegenteil“, sagt Joachim Stumpf, Geschäftsführer der Handelsberatung BBE. „Allerdings hat es extreme Verschiebungen zwischen den Branchen, Standorten und Kanälen gegeben.“ Nach Schätzungen des Statistischen Bundesamts haben die Kunden im Einzelhandel im Jahr 2020 sogar so viel wie Geld wie nie zuvor ausgegeben – der um Preiserhöhungen bereinigte Umsatz stieg gegenüber dem Vorjahr um 4,1 Prozent. „Die Deutschen haben kaum noch Geld in Gastronomie oder Reisen gesteckt – davon konnte der Handel profitieren“, sagt Stumpf. Allerdings floss das Geld vor allem in den Onlinehandel, dessen Umsatz um 23,4 Prozent wuchs. Kräftige Nachfrage erlebte auch der stationäre Lebensmittel- und Getränkehandel, der nicht schließen musste. Profitiert haben auch Anbieter von Haushaltsgeräten, Baustoffen oder Gartenbedarf. Viele Deutsche gestalteten im Lockdown ihr Zuhause neu. Welche Händler in ihrer jeweiligen Branche am beliebtesten sind, hat das Kölner Analyse-Institut Servicevalue im Auftrag des Handelsblatts

erhoben. Tausende Verbraucher wurden befragt. Unter 555 stationären Händlern erreichte die Drogeriekette dm die höchste Prozentzahl an Nennungen als „Bester Händler“ innerhalb ihrer Branche – auch die Drogerien blieben in der Pandemie als Anbieter von Gütern des täglichen Bedarfs geöffnet. Auf dem zweiten Platz steht der Fitnessgeräte-Hersteller Hammer Sport, der in Deutschland 14 Filialen betreibt. Weil Fitnessstudios schließen mussten, explodierte die Nachfrage nach Heimfitnessartikeln. Doch längst nicht alle Sporthändler profitierten. So wurden Teamsportarten in der Pandemie ausgebremst, im Fußball fiel zudem die Europameisterschaft als Kaufmotor für Sportartikel aus. Stationäre Sporthändler bleiben dennoch zuver-



sichtlich: „Wir sind überzeugt, dass im Sportfachhandel nach dem Social Distancing das Social Nearing folgt“, sagt Stefan Herzog, Präsident des Verbands Deutscher Sportfachhandel (VDS). In den Geschäften finde umfassende Beratung zu Sport-, Wellness- und Gesundheitsthemen statt. Viele Menschen hätten in der Pandemie Outdoor- und Individualsportarten neu für sich entdeckt. Auch wolle man vermehrt auf digitale Konzepte wie etwa Live-Shopping setzen, das bei jüngeren Kunden sehr populär sei. Dabei sehen Nutzer von sozialen Netzwerken einer Person per Streaming dabei zu, wie sie einkauft oder Waren testet.

Aite Schwächen treten zutage

Größter Pandemie-Verlierer ist der Modehandel: Der Umsatz mit Textilien, Bekleidung, Schuhen und Lederwaren brach im vergangenen Jahr um 21,5 Prozent ein. „Es ist aber wichtig, Corona-Effekte von strukturellen Effekten zu trennen“, sagt Handelsberater Stumpf. Schon vor der Pandemie seien die Prognosen für den stationären Modehandel schlecht gewesen. Dieser leidet zum einen unter der Konkurrenz großer Versandhändler wie Zalando – zum anderen unter falschen strategischen Entscheidungen der Vergangenheit. „Statt die fünfte oder sechste Filiale auf derselben Einkaufsstraße zu eröffnen, hätten einige Händler das Kapital in den Ausbau ihres Online-Geschäfts stecken sollen“, sagt Stumpf.

In den Innenstädten und Shopping-Centern würden heute auf fast der Hälfte der Verkaufsflächen Fashion-Artikel angeboten – ein starker Überhang, findet Stumpf. „Damit die Menschen gerne shoppen gehen, braucht es einen guten Mix und eine hohe Aufenthaltsqualität.“ Trends wie Wohnen, Co-Working und Freizeit sowie Fitness- und Gesundheitsangebote könnten die Mode-Dominanz durchbrechen.

Top 10 der Händler in Deutschland

Unternehmen, die am häufigsten als beste Händler genannt wurden	
Stationär	Online
1. dm	1. Ebay.de
2. Hammer Sport	2. Kuechenquelle.de
3. Eismann	3. Amazon.de
4. Bofrost	4. HSE24.de
5. Douglas	5. Eventim.de
6. Sport-Tiedje	6. 11teamsports.de
7. Matratzen Concord	7. Inone-kuechen.de
8. Edeka	8. KitcheNZ.de
9. Rewe	9. QVC.de
10. Olymp	10. Soccerboots.de

HANDELSBLATT

Quelle: Servicevalue

Ins Netz abgewanderte Kunden gewinne man nur über Service und Beratung zurück: „Mittelmaß geht gar nicht mehr“, sagt Stumpf. Stationäre Händler könnten in puncto Kundenkenntnis vom E-Commerce lernen: Onlinehändler analysieren präzise das Surfverhalten. „Ähnliches ist auch in einem Ladengeschäft möglich“, sagt Stumpf. Sensoren könnten erfassen, wie es sich auf Kaufentscheidungen auswirkt, wenn ein Kunde vor einem Regal eine bestimmte Zeit stehen bleibt. „Hier liegen noch große Potenziale, was die Sortimentsaufteilung und die Kundenansprache angeht.“

Kunden geloben mehr Treue

Eine aktuelle Studie der Strategie- und Marketingberatung Simon-Kucher & Partners kann dem stationären Handel Hoffnung machen: 88 Prozent der Befragten äußerten, es sei ihnen im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie wichtiger geworden, den Einzelhandel in der Innenstadt zu unterstützen – 43 Prozent würden dafür sogar mehr Geld ausgeben. Auch der soziale Aspekt eines Shopping-Bummels ist vielen Deutschen wichtig: 60



Über die Studie

Die Umfrage
Für die Studie hat das Forschungsinstitut Servicevalue im Auftrag des Handelsblatts 555 stationäre Händler sowie 1327 Web-Shops untersucht. Die Kunden wurden vom Institut dazu befragt, wie sie einen Händler im Vergleich zu anderen Unternehmen der gleichen Branche bewerten. An der Erhebung teilnehmen durfte nur, wer in den zwölf Monaten zuvor beim jeweiligen Händler eingekauft hatte.

Die Methode
Spitzenreiter einer Kategorie wurde, wen die Kunden im Vergleich zu den Wettbewerbern am besten bewerteten. Aus den 450.000 Urteilen wurden zudem die jeweils zehn stationären Anbieter sowie Onlinehändler ermittelt, die in ihrer Branche prozentual am häufigsten als „bester Händler“ genannt wurden. Dabei profitierten Unternehmen mit hohen Marktanteilen und wenig Konkurrenz in ihrer Branche.

Prozent wollen dabei Freunde und Familie treffen, 46 Prozent ein Café oder Restaurant besuchen. „Die Relevanz der Innenstädte als Treffpunkt und sozialer Hub nimmt zu“, sagt Tobias Maria Günter, Partner bei Simon-Kucher. Doch steige auch der Anspruch der Kunden: Vom Onlineshopping sind sie transparente Preisvergleiche und schnelle Verfügbarkeit gewohnt.

Bei den Warenausgaben floss 2020 jeder achte Euro in Deutschland in den Onlinehandel, meldet der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel. Die Verschiebung hin zum E-Commerce habe sich durch die Pandemie um etwa fünf Jahre beschleunigt, sagt Berater Stumpf. Viele stationäre Händler nutzten die Pandemie, um in ihr Onlinegeschäft und in Digitalisierung zu investieren – etwa in virtuelle Ladenränge. Küchenhändler bieten zunehmend 3D-Planungstools an. Die Zukunft liege in hybriden Konzepten, sagt Verbandschef Feldmann. „Dennoch haben die meisten Kunden, als es wieder ging, einen weiteren Termin im Küchenstudio gemacht.“

Die Gewinner 2021

Bestes Ergebnis 2021 in der jeweiligen Branche

Branche	Händler	Nennung als Branchenbeste
Schuhhandel (Eigenmarke)	Tamaris	13,4 %
Spielwarenfachgeschäfte	Smyths	19,0 %
Sport- und Freizeitgeschäfte	Intersport	21,7 %
Verbrauchermärkte & SB-Warenhäuser	Kaufland	24,3 %
Wäsche & Strümpfe	Triumph	11,8 %
Weinhändler	Jacques' Wein-Depot	17,6 %

Online-Händler

Branche	Händler	Nennung als Branchenbeste
Angeln	Angeln-shop.de	6,4%
Ankaufdienste	Myswoop.de	12,6%
Autoteile & -zubehör	ATP-Autoteile.de	4,4%
Baby- & Kleinkindausstatter	Jako-O.de	7,2%
Badshops	Neuesbad.de	6,3%
Baumärkte	Obi.de	7,5%
Baustoffe	Baustoffshop.de	15,2%
Beleuchtung	Lampenwelt.de	8,6%
Berufsbekleidung	Engelbert-Strauss.de	12,8%
Betten & Matratzen	Daenischesbettenlager.de	11,2%
Bilderrahmen	Allesrahmen.de	10,9%
Blumenversender	Fleurop.de	10,4%
Bodenbelag-Spezialisten	Holzprofi24.de	5,2%
Buchhändler	Thalia.de	12,9%
Büromöbel	Bueromoebel-Experte.de	18,3%
B-Ware	Ebay.de	40,5%
Camping	Campingwagner.de	9,3%
Car-Hifi	ARS24.com	13,6%
Damen- & Herrenmode	Brax.com	7,8%
Damenmode	Albamoda.de	6,8%
Designmöbel	Cairo.de	9,4%
Drucker & Zubehör	Druckerzubehoer.de	5,8%
Druckereien	Viaprinto.de	9,8%
Edelmetalle	Reisebank.de/edelmetalle	7,3%
Elektro-Generalisten	Mediamarkt.de	12,5%
Elektronik & Technik	Conrad.de	20,1%
E-Scooter	Moovi.de	10,8%
E-Zigaretten	Innocigs.com	8,6%
Fachbücher	Lehmanns.de	16,5%
Fahrräder	Fahrrad.de	5,6%
Familienmode	Zalando.de	6,4%
Fenster und Türen	Fenster24.de	11,4%
Fitnessgeräte	Sport-Tiedje.de	12,5%
Fleisch	Otto-Gourmet.de	10,0%
Fliesen spezialist	Fliesen-Sale.de	21,2%
Fotodienste	Cewe.de	7,9%
Fußball	11teamsports.de	25,0%
Gaming	Konsolenkost.de	7,4%
Gartenbedarf	Gartenzauber.com/shop	9,9%
Gartenzäune	Zaun24.de	12,7%
Gebrauchte Technik	ESM-Computer.de	8,4%

HANDELSBLATT • Verbraucherbefragung zu: 555 stationären Händlern aus 54 Branchen (145.000 Bewertungen), 1.327 Online-Händlern aus 93 Branchen (306.000 Bewertungen)

Generalisten	Amazon.de	27,0%
Geschenkeideen	Geschenke-Online.de	12,9%
Golfausrüstung	Golfino.com	13,5%
Grills & Zubehör	Amgrill.de	6,4%
Grußkarten	Kartenmacherei.de	20,6%
Handy & Tarife	Alditalk.de	14,3%
Handy & Zubehör	Deindesign.de	19,4%
Haustechnik	Elektroland24.de	10,6%
Heimtextilien	de.erwinmueller.com	19,6%
Herrenmode	Eckerle.de	11,3%
Hersteller von Sportbekleidung	Adidas.de	15,8%
Home-Shopping (mit TV)	HSE24.de	26,0%
Insekten- & Sonnenschutz	Insetto.eu	19,1%
IT & Computer	One.de	7,4%
Jagdzubehör	Grube.de	14,6%
Jeans-Shops	Mustang-Jeans.com	14,6%
Kaffee	Kaffeevorteil.de	8,4%
Kameras & Zubehör	Foto-Mundus.de	6,4%
Koffer & Reisegepäck	Samsonite.de	12,9%
Kontaktlinsen	Linsenplatz.de	14,3%
Kosmetik	Point-Rouge.de	13,5%
Küchenhändler	Kuechenquelle.de	30,6%
Laufshops	Bunert.de	21,6%
Lebensmittel	Shop.Rewe.de	14,3%
Massivholzmöbel	Massivmoebel24.de	16,3%
Möbel	ikea.com/de/de	10,0%
Möbel nach Maß	Meine-Moebelmanufaktur.de	12,9%
Münzen	BTN-Muenzen.de	17,6%
Optiker	Apollo.de	13,1%
Sportartikel & Outdoorsport	Jack-Wolfskin.de	11,3%
Pflanzen	Poetschke.de	9,9%
Pools & Zubehör	Pooltotal.com	14,4%
Reifen	Reifen.com	14,1%
Reitsport	Kraemer.de	10,3%
Schilder	Schildershop24.de	15,7%
Schließ- & Sicherheitstechnik	Wagner-Sicherheit.de	11,8%
Schreibwaren & Bürobedarf	Viking.de	9,7%
Spielwaren	Mytoys.de	14,5%
Spirituosen	Weisshaus.de	9,8%
Sportartikel & -bekleidung	Intersport.de	13,7%
Tapetenspezialist	Billigerluxus.de	16,9%
Tennishops	Tennis-Peters.de	13,1%
Teppichspezialist	Teppichscheune.de	9,6%
Ticketshops	Eventim.de	25,5%
Tierbedarf	Fressnapf.de	10,7%
Versandapotheken	Mycare.de	6,5%
Wandtattoos	Wandtattoo.de	15,5%
Wäsche & Strümpfe	Lascana.de	10,9%
Wassersport	AWN.de	16,3%
Weine	Vinos.de	8,6%
Werkzeug	Mytoolstore.de	8,8%
Wohnaccessoires	Butlers.com	21,7%

1) Staples; 2) Düsseldorf • Quelle: Servicevalue