



Kundenbindung mit Freizeitangebot: Surfwellen im Osnabrücker Kaufhaus L&T.

Ulrich Baumgarten/Getty Images

Verbraucherstudie

Einkaufen als Nebensache

Stationäre Händler hübschen ihre Läden auf und beraten verstärkt mithilfe von digitaler Technik. Online-Konkurrenten eröffnen Geschäfte auf Shopping-Meilen. Eine Studie kürt die beliebtesten Anbieter.

Jan Wittenbrink Köln

Es ist ein finanzieller Kraftakt: Mehr als 9,1 Milliarden Euro haben deutsche Händler im vergangenen Jahr laut einer Studie des Forschungsinstituts EHI in ihre stationären Flächen investiert. Dabei lag für 68 Prozent der Handelsunternehmen der Fokus auf Umbau und Instandsetzung – die Kunden sollen es schön haben. Zwar geht laut Studie gerade im Modehandel der Trend zur Ladenverkleinerung. Doch eine moderne Optik und zeitgemäße Nutzung der Restflächen wird umso wichtiger.

Die Generalüberholung tut not, sagt Johannes Berentzen, Geschäftsführer der Münchener Handelsberatung BBE. „Onlineshopping ist spätestens mit der Pandemie in der breiten Masse angekommen.“ Um Kunden vom Sofa in die Innenstädte zu locken, müsse man nun einen echten Zusatznutzen durch besondere Einkaufserlebnisse bieten – mit Wohlfühlatmosphäre in den Läden, exzellenter Beratung und digitalen Konzepten. Stationär und online seien heute keine getrennten Welten mehr. Ein Großteil der stationären Händler hat repräsentative Showrooms in den Einkaufsmeilen. Inflation und hohe Energiekosten belasten derzeit weiterhin das Konsumklima.

Doch wem gelingt es, in diesem Spannungsfeld bei den Kunden zu punkten? Das hat das Kölner Analyseinstitut Servicevalue im Auftrag des Handelsblatts untersucht. Dazu wurden im April Tausende Verbraucher befragt. Unter 541 stationären Händlern aus 53 Branchen erreichte die Schreibwarenketten McPaper die höchste Prozentzahl an Nennungen als „bester Händler“ in ihrer Branche. Das Unternehmen ist in Deutschland mit über 300 Filialen Marktführer. Platz zwei belegte die Fitnessgeräteketten Hammer

Sport. In beiden Branchen hätten wenige große Ketten eine besondere Marktstellung aufgebaut – und die Konkurrenz tue sich schwer, aufzuschließen, sagt Servicevalue-Geschäftsführer und Studienleiter Claus Dethloff. Neben McPaper hat es auch der Büro- und Schreibwarenhändler Kaut-Bullinger in die Top Ten geschafft – und bei den Fitnessgerätehändlern belegen Sport-Tiedje und Cardiofitness weitere Spitzenplätze.

Die Fitnessgerätehändler haben in den Pandemie Jahren von der großen Nachfrage nach Laufbändern oder Hantelbänken für zu Hause profitiert. Zugleich setzen sie konsequent auf mehrere Verkaufskanäle. Die stationären Shops dienen der persönlichen Beratung und dem Ausprobieren, das gesamte Sortiment gibt es online. Hammer Sport ist zudem nicht nur Händler, son-

dern auch Hersteller seiner Geräte – eine Entwicklung, die in vielen Branchen zu beobachten ist. Denn digitale Kampagnen und Social-Media-Präsenz erleichtern den unmittelbaren Kontakt zu den Kunden.

Neue Vertriebsformen und kreative Konzepte auf der einen Seite, Insolvenzen etwa von Modehändlern auf der anderen – diese Entwicklungen verändern das Erscheinungsbild der Einkaufsmeilen. Es entsteht eine stärkere Mischnutzung, sagt Handelsexperte Berentzen. So erwarten die Kunden in der Innenstadt neben Geschäften auch Restaurants und Cafés, Arztpraxen sowie Dienstleister wie Friseur- und Kosmetiksalons. Auch Hotels oder Coworking-Spaces sorgen für Laufkundschaft. In einer Umfrage der auf Stadt- und Regionalentwicklung spezialisierten Beratung Cima beauftragte 2022 fast die Hälfte der Befragten, dass Innenstädte in Zukunft stärker der Freizeitgestaltung und dem Erlebnis dienen sollen.

Karaoke-Bühne im Süßwarenladen

Einige Händler haben dies bereits verinnerlicht. Der Mode- und Sporthändler L&T hat in einem seiner Stores in Osnabrück ein Wasserbecken mit einer zum Indoor-Surfen geeigneten stehenden Welle geschaffen. Am Berliner Kurfürstendamm gibt es seit 2021 einen 3000 Quadratmeter großen Flagship-Store der Schokolinsen-Marke M&M's. Neben individuell gestalteten Süßwaren gibt es dort auch eine Karaoke-Bühne.

Zielführend sei es oft, Fläche durch digitale Technologien zu ersetzen, sagt Berentzen. Eine breite Palette an Produkten vor Ort sei oft verzichtbar. „Schließlich gibt es online sowieso mehr Auswahl.“ Stattdessen könne man einzelne Produkte ansprechend in Szene setzen und einen Teil des Sortiments auf dem Tablet oder auf großen Videoscreens präsentieren. Auch die schwer

Top 10 der Händler in Deutschland

Unternehmen, die am häufigsten als beste Händler genannt wurden

Stationär	Online
1. McPaper	1. hse.de
2. Hammer Sport	2. ebay.de
3. bofrost	3. qvc.de
4. eismann	4. 11teamsports.de
5. Matratzen Concord	5. fliesenmax.de
6. Sport-Tiedje	6. soccerboots.de
7. Kaut-Bullinger	7. bio-naturel.de
8. dm-drogerie markt	8. connox.de
9. MFO Matratzen	9. lauf-bar.de
10. Cardiofitness	10. massivmoebel24.de

HANDELSBLATT

Quelle: Servicevalue

gebeutelte Fashion-Branche sei keineswegs machtlos. „Kreative Händler schaffen Anknüpfungspunkte an soziale Medien.“ So könnten Kunden beim sogenannten VIP-Shopping eine eigene Fläche mit Catering buchen – und Einkäufe dann online anderen Nutzern präsentieren.

Onlinehändler mit Vor-Ort-Präsenz

Parallel untersuchten die Analysten von Servicevalue in ihrer Studie mehr als 1200 Onlinehändler aus 92 Branchen. „Ein Onlineshop ist in relativ kurzer Zeit erstellt – ein Ladengeschäft hat ganz andere Einstiegshürden“, sagt Dethloff. Daher herrsche im digitalen Handel viel Bewegung. Im Ranking konnten gleich mehrere Anbieter aus dem Sportbereich punkten. So erhielten die Fußball-Spezialisten 11Teamsports und Soccerboots prozentual besonders viele „Beste Händler“-Nennungen, ebenso wie der Laufsporthändler Laufbar, der auch einen stationären Laden in München besitzt – mit dem Angebot einer videogestützten Analyse des Laufstils.

Eine Konzentration auf bestimmte Sportarten habe sich im Sporthandel bewährt, sagt Berentzen. „Schließlich sind Sportartikel besonders



Methodik

Die Umfrage Für die Studie untersuchte das Forschungsinstitut Servicevalue im Auftrag des Handelsblatts 541 stationäre Händler sowie 1265 Webshops. Kunden wurden im April 2023 per repräsentativer Onlineerhebung befragt, wie sie einen Händler im Vergleich zu anderen Unternehmen der Branche bewerten. An der Erhebung teilnahmen durfte nur, wer in den zwölf Monaten zuvor beim jeweiligen Händler eingekauft hatte.

Die Methode Spitzenreiter einer Kategorie wurde, wer von den Kunden im Ver-

gleich zu den Wettbewerbern der Branche prozentual am häufigsten als „bester Händler“ genannt wurde. Zusätzlich wurde für jeden Händler ein Mittelwert aus den gewerteten Antwortmöglichkeiten berechnet. Aus den 354.000 Urteilen wurden zudem die je zehn stationären Anbieter sowie Onlinehändler ermittelt, die in ihrer Branche bei den „Besten Händler“-Nennungen prozentual am besten abschnitten. Firmen mit hohem Marktanteil und wenig Konkurrenz konnten dabei besonders hohe Werte auf sich vereinen.

beratungsintensiv.“ 11Teamsports berät nicht nur online, etwa über WhatsApp-Chats, sondern auch in mittlerweile über 30 deutschen Filialen. Die größte Berliner Filiale bietet etwa eine Hightech-Torwand und Umkleidekabinen im Stil von Stadion-Katakomben. Im März wurde bekannt, dass Gründer Oliver Schwerin den CEO-Posten an Ralf Fäßler übergeben hat, der über 20 Jahre lang im Management von Nike tätig war. Er soll beim baden-württembergischen Unternehmen die internationale Expansion vorantreiben.

Im Ranking verschlechtert hat sich derweil Onlinegigant Amazon, der im Vorjahr noch unter den Top Ten der Onlinehändler zu finden war. Zwar sei der US-Konzern noch immer die klare Nummer eins unter den Generalisten und habe jahrelang Maßstäbe in Sachen Kundenorientierung und intelligente Datennutzung gesetzt, sagt Dethloff. Doch die Konkurrenz – darunter deutsche Händler wie Otto oder Tchibo – hole bei diesen Themen zunehmend auf. Zudem sei für Amazons Image die öffentliche Berichterstattung über schlechte Arbeitsbedingungen oder Steuertricks nicht förderlich.

Die Gewinner 2023

Bestes Ergebnis 2023 in der jeweiligen Branche

Stationäre Händler

Branche	Händler	Nennung als Branchenbeste
Apotheken-Kooperationen	Linda Apotheke	12,9 %
Autohändler	Jacobs Gruppe	7,0 %
Autoservice	Driver Center	7,8 %
Bäckereiketten	Kamps	7,4 %
Badausstatter	DEBA Badsysteme	9,4 %
Baumärkte	Bauhaus	14,0 %
Beauty-Shops	The Body Shop	19,0 %
Buchhändler	Thalia	15,6 %
Büro- und Papierfachgeschäfte	McPaper	42,9 %
Computer-Fachmärkte	compustore/FMS-Computer	23,3 %
Damen- und Herrenmode	BRAX	13,1 %
Damenmode	Vero Moda	12,2 %
Drogerien	dm-drogerie markt	31,2 %
Elektro-Fachmärkte	Mediamarkt	17,9 %
Fachmärkte für Wand/Boden	Hammer zuhause	18,1 %
Fahrrad-Shops	ZEG	14,2 %
Familienmode	C&A	9,0 %
Fashion-Discounter	Takko Fashion	23,5 %
Fitnessgeräte-Händler	Hammer Sport	40,8 %
Fliesenmärkte	Keramundo	17,2 %
Gartencenter	Dehner Garten-Center	9,2 %
Genusshändler	Tee Gschwendner	10,5 %
Getränkemärkte	Getränke Hoffmann	9,5 %
Haushalts- und Geschenkkläden	WMF	14,7 %
Heimtierbedarf	Fressnapf	21,4 %
Herrenmode	ANSON'S	16,3 %
Hörgeräteakustiker	Kind Hörgeräte	17,0 %
Jeans-Stores	Mustang	12,4 %
Kaufhaus/Warenhaus	Woolworth	15,1 %
Küchenfachmärkte	Küchen Aktuell	7,8 %
Lebensmittel-Discounter	Lidl	20,0 %
Lebensmittel-Einzelhändler	EDEKA	26,0 %
Lebensmittelheimservice	bofrost	39,3 %
Matratzenshops	Matratzen Concord	34,8 %
Metzgereien	Lutz	12,7 %
Möbelhändler	IKEA	9,5 %
Möbelhändler - Discounter	Roller	20,7 %
Modehäuser	Peek & Cloppenburg (Hamburg)	15,0 %
Natur- und Biomärkte	Alnatura	14,6 %
Non-Food Discounter	Tedi	14,2 %
Optikerketten	Fielmann	11,9 %
Outdoorshops	Jack Wolfskin	18,4 %
Parfümerien	Douglas	23,3 %
Polstermöbelspezialisten	Multiportal	17,7 %
Reitsport	Krämer Pferdesport	21,2 %
Sanitätshäuser	OTB/GHD	5,1 %
Schuhhandel (div. Markenlinien)	Deichmann	9,8 %

Online-Händler

Branche	Händler	Nennung als Branchenbeste
Angeln	angel-domaene.de	6,8 %
Ankaufdienste	myswoop.de	12,6 %
Autoteile & -zubehör	motointegrator.de	4,4 %
Baby- und Kleinkindausstatter	jako-o.de	7,7 %
Badshops	neuesbad.de	7,0 %
Baumärkte	toom.de	7,5 %
Baustoffe	baustoffshop.de	14,9 %
Beleuchtung	lampenwelt.de	9,2 %
Berufsbekleidung	engelbert-strauss.de	10,4 %
Betten & Matratzen	matratzen-concord.de	11,3 %
Bilderrahmen	allesrahmen.de	10,3 %
Blumenversender	fleurop.de	10,4 %
Bodenbelag-Spezialisten	holzprofi24.de	5,3 %
Buchhändler	thalia.de	10,5 %
Büromöbel	bueromoebel-experte.de	17,5 %
B-Ware	ebay.de	26,7 %
Camping	campingwagner.de	10,0 %
Car-Hifi	ars24.com	13,5 %
Damen- und Herrenmode	brax.com	7,6 %
Damenmode	veromoda.com	6,4 %
Designmöbel	ambientedirect.com	8,9 %
Drucker & Zubehör	druckerzubehoer.de	6,9 %
Druckereien	onlineprinters.de	8,9 %
Edelmetalle	anlagegold24.de	6,9 %
Elektro-Generalisten	mediamarkt.de	10,2 %
Elektronik & Technik	conrad.de	16,5 %
E-Scooter	moovi.de	10,5 %
E-Zigaretten	besserdampfen.de	8,4 %
Fachbücher	lehmanns.de	16,4 %
Fahrräder	bike24.de	5,3 %
Familienmode	zalando.de	5,4 %
Fenster und Türen	fensterversand.com	11,5 %
Fitnessgeräte	sport-tiedje.de	12,9 %
Fleisch	otto-gourmet.de	9,5 %
Fliesen spezialist	fliesenmax.de	21,2 %
Fotodienste	posterxl.de	6,0 %
Fußball	11teamsports.de	22,9 %
Gaming	konsolenkost.de	7,5 %
Gartenbedarf	gartenzauber.com/shop	9,3 %
Gartenzäune	zaun24.de	12,6 %

HANDELSBLATT • Verbraucherbefragung zu: 541 stationären Händlern aus 53 Branchen (über 127.000 Bewertungen) / 1.265 Online-Händlern aus 92 Branchen (über 227.000 Bewertungen)

Gebrauchte Technik	notebookswienu.de	8,4 %
Generalisten	amazon.de	16,9 %
Geschenkkästen	geschenke-online.de	11,8 %
Golfusrüstung	golfino.com	13,0 %
Grills & Zubehör	amgrill.de (GrillArena)	6,7 %
Grußkarten	kartenmacherei.de	19,7 %
Handy & Tarife	telekom.de	12,9 %
Handy & Zubehör	smartphoneonly.de	19,2 %
Haustechnik	elektroland24.de	11,5 %
Heimtextilien	de.erwinmueller.com	15,3 %
Herrenmode	babista.de	10,4 %
Hersteller von Sportbekleidung	adidas.de	14,9 %
Home-Shopping (mit TV)	hse.de	27,0 %
Insekten- & Sonnenschutz	insetto.eu	19,3 %
IT & Computer	easynotebooks.de	7,1 %
Jagdzubehör	jagd.de (Askari)	15,4 %
Jeans-Shops	jeans-fritz.de	13,6 %
Kaffee	cafori.com/de/de/	10,1 %
Kameras & Zubehör	fotokoch.de	6,8 %
Koffer & Reisegepäck	samsonite.de	10,4 %
Kontaktlinsen	linsenplatz.de	14,5 %
Kosmetik	bio-naturel.de	20,6 %
Laufshops	lauf-bar.de	20,4 %
Lebensmittel	shop.rewe.de	14,5 %
Massivholzmöbel	massivmoebel24.de	20,4 %
Möbel	ikea.com/de/de/	7,3 %
Möbel nach Maß	schrankwerk.de	15,3 %
Münzen	muenzkurier.de	15,2 %
Optiker	misterspex.de	11,0 %
Outdoor & Sports	mammut.com/de	9,3 %
Pflanzen	baldr-garten.de	10,0 %
Pools & Zubehör	poolomio.de	13,5 %
Reifen	reifen.com	13,9 %
Reitsport	kraemer.de	11,0 %
Schilder	schildershop24.de	16,4 %
Schließ- & Sicherheitstechnik	wagner-sicherheit.de	12,6 %
Schreibwaren & Bürobedarf	office-discount.de	10,1 %
Spielwaren	mytoys.de	14,0 %
Spirituosen	weisshaus.de	10,4 %
Sportartikel & -bekleidung	intersport.de	14,1 %
Tapetenspezialist	billigerluxus.de	20,0 %
Tennisshops	centercourt.de	13,7 %
Teppichspezialist	kibek.de	10,5 %
Ticketshops	eventim.de	18,9 %
Tierbedarf	fressnapf.de	8,7 %
Versandapotheken	mycare.de	6,2 %
Wandtattoos	wandtattoos.de	15,9 %
Wäsche & Strümpfe	lascana.de	9,5 %
Wassersport	svb.de	15,0 %
Weine	hawesko.de	8,0 %
Werkzeug	rubart.de	9,5 %
Wohnaccessoires	connox.de	20,5 %

Quelle: Servicevalue