



Passanten in der Düsseldorfer Innenstadt: Der stationäre Handel kämpft gegen den Kundenschwund.

IMAGO/Michael Gertenbauer

Handelsstudie

Erfolgsfaktor Erlebnis

Der Einzelhandel erlebt durch die Coronapandemie neue Ansprüche der Kunden. Besonders gefragt sind Kreativität und Service. Eine Umfrage zeigt, welche Anbieter sich am besten darauf einstellen.

Jan Wittenbrink Köln

Ob Boutique oder Möbelgeschäft – im Handel sind die Coronabeschränkungen Geschichte. Doch viele Unternehmen darben weiter. Laut Umfrage des Handelsverbands Deutschland (HDE) liegen aktuell die Umsätze im stationären Non-mittelriesen Edeka und Rewe stark ab. „Die Anbieter des täglichen Bedarfs konnten in der Pandemie punkten, da sie auch im Lockdown geöffnet hatten und beim Kunden präsent waren“, sagt Claus Dethloff, Studienleiter bei Servicevalue. Entscheidend sei aber auch die schlichte Größe des Filialnetzes der Ketten. Die Pandemie habe in den Branchen extrem unterschiedlich gewirkt, sagt Handlexperte Be-

reitensstudios schließen mussten, explodierte die Nachfrage nach Laufbändern für zu Hause.

Die Analysten berechneten für jedes Unternehmen auch einen Mittelwert der Präferenzurteile. Hier schnitten vor allem die großen Drogerieketten dm und Rossmann sowie die Lebensmittelriesen Edeka und Rewe stark ab. „Die Anbieter des täglichen Bedarfs konnten in der Pandemie punkten, da sie auch im Lockdown geöffnet hatten und beim Kunden präsent waren“, sagt Claus Dethloff, Studienleiter bei Servicevalue. Entscheidend sei aber auch die schlichte Größe des Filialnetzes der Ketten.

Die Pandemie habe in den Branchen extrem unterschiedlich gewirkt, sagt Handlexperte Be-

reitensstudios schließen mussten, explodierte die Nachfrage nach Laufbändern für zu Hause. Die Analysten berechneten für jedes Unternehmen auch einen Mittelwert der Präferenzurteile. Hier schnitten vor allem die großen Drogerieketten dm und Rossmann sowie die Lebensmittelriesen Edeka und Rewe stark ab. „Die Anbieter des täglichen Bedarfs konnten in der Pandemie punkten, da sie auch im Lockdown geöffnet hatten und beim Kunden präsent waren“, sagt Claus Dethloff, Studienleiter bei Servicevalue. Entscheidend sei aber auch die schlichte Größe des Filialnetzes der Ketten.

Die Pandemie habe in den Branchen extrem unterschiedlich gewirkt, sagt Handlexperte Be- reitensstudios schließen mussten, explodierte die Nachfrage nach Laufbändern für zu Hause. Die Analysten berechneten für jedes Unternehmen auch einen Mittelwert der Präferenzurteile. Hier schnitten vor allem die großen Drogerieketten dm und Rossmann sowie die Lebensmittelriesen Edeka und Rewe stark ab. „Die Anbieter des täglichen Bedarfs konnten in der Pandemie punkten, da sie auch im Lockdown geöffnet hatten und beim Kunden präsent waren“, sagt Claus Dethloff, Studienleiter bei Servicevalue. Entscheidend sei aber auch die schlichte Größe des Filialnetzes der Ketten.

Die Pandemie habe in den Branchen extrem unterschiedlich gewirkt, sagt Handlexperte Be- reitensstudios schließen mussten, explodierte die Nachfrage nach Laufbändern für zu Hause. Die Analysten berechneten für jedes Unternehmen auch einen Mittelwert der Präferenzurteile. Hier schnitten vor allem die großen Drogerieketten dm und Rossmann sowie die Lebensmittelriesen Edeka und Rewe stark ab. „Die Anbieter des täglichen Bedarfs konnten in der Pandemie punkten, da sie auch im Lockdown geöffnet hatten und beim Kunden präsent waren“, sagt Claus Dethloff, Studienleiter bei Servicevalue. Entscheidend sei aber auch die schlichte Größe des Filialnetzes der Ketten.

Die Pandemie habe in den Branchen extrem unterschiedlich gewirkt, sagt Handlexperte Be- reitensstudios schließen mussten, explodierte die Nachfrage nach Laufbändern für zu Hause. Die Analysten berechneten für jedes Unternehmen auch einen Mittelwert der Präferenzurteile. Hier schnitten vor allem die großen Drogerieketten dm und Rossmann sowie die Lebensmittelriesen Edeka und Rewe stark ab. „Die Anbieter des täglichen Bedarfs konnten in der Pandemie punkten, da sie auch im Lockdown geöffnet hatten und beim Kunden präsent waren“, sagt Claus Dethloff, Studienleiter bei Servicevalue. Entscheidend sei aber auch die schlichte Größe des Filialnetzes der Ketten.

Top 10 der Händler in Deutschland

Unternehmen, die am häufigsten als beste Händler genannt wurden

Stationär	Online
1. Hammer Sport	1. Ebay.de
2. Bofrost	2. HSE.de
3. Eismann	3. Kuechenquelle.de
4. dm	4. Amazon.de
5. Matratzen Concord	5. QVC.de
6. McPaper	6. 11teamsports.de
7. Sport-Tiedje	7. Eventim.de
8. Douglas	8. Soccerboots.de
9. MFO Matratzen	9. Butlers.com
10. Cardiofitness	10. Inone-Kuechen.de

HANDELSBLATT

Quelle: Servicevalue

„Wer online bestellt, will vielleicht stationär abholen. Und wer die Ware stationär ausprobiert, bestellt sie hinterher trotzdem online.“ Gerade junge Unternehmen starteten heute oft zunächst im Netz – schließlich sei die Einstiegshürde ohne Ladenlokal geringer. Später könne dann stationäre Präsenz das Angebot ergänzen.

Onlinehändler zieht es in die City

Tatsächlich drängen auch etablierte Onlinehändler in die Städte, um dort mit ihren Waren präsent zu sein und einen direkteren Kontakt zu ermöglichen. So bietet Onlineriese Zalando in 13 stationären Läden in Deutschland vergünstigte Outlet-Ware an – meist in den Toplagen. Andere eröffnen Showrooms zum Ausprobieren der Produkte. Beispiel AM Qualitätsmatratzen: Der Hersteller und Onlinehändler lässt seine Kunden auf 250 Quadratmetern in der Kölner Innenstadt Probe liegen, maximal zwei Kunden gleichzeitig.

Auch Hammer Sport verkauft sowohl online als auch stationär in 15 Filialen in Deutschland. Fitnessfans können dort die Produkte testen. Das



Die Studie

Die Umfrage

Für die Studie hat das Forschungsinstitut Servicevalue im Auftrag des Handelsblatts 542 stationäre Händler sowie 1295 Webshops untersucht. Die Kunden wurden vom Institut dazu befragt, wie sie einen Händler im Vergleich zu anderen Unternehmen derselben 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 436.000 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.

Unternehmen steht zudem für einen weiteren Trend: Immer mehr Hersteller verkaufen ihre Markenprodukte ohne zwischengeschalteten Händler direkt an die Kunden.

Laut einer im Januar veröffentlichten Studie des Beratungsunternehmens Capgemini bestellten 41 Prozent der in zehn Ländern befragten Verbraucher zuletzt ihre Waren direkt bei Markenherstellern. So umgingen sie nicht nur den traditionellen Einzelhandel, sondern auch Online-marktplätze wie Amazon. Je jünger die Kunden, desto ausgeprägter das Muster: 68 Prozent der 18- bis 24-Jährigen kauften direkt beim Produzenten. Als Gründe nannten die Befragten ein besseres Einkaufserlebnis sowie den Zugang zu Treueprogrammen. Darin liege eine echte Chance für die Konsumgüterindustrie, sagt Martin Amoldy, Leiter Konsumgüter und Handel bei Capgemini in Deutschland. Verbraucher seien bereit, Informationen zu ihrer Person oder zu ihren Präferenzen anzugeben, wenn sie im Gegenzug von Unternehmen einen Mehrwert erhielten. So könnten die Hersteller ihre Direktvertriebskanäle optimieren.

Die Gewinner 2022

Bestes Ergebnis 2022 in der jeweiligen Branche

Branche	Händler	Nennung als Branchenbesten
Spielwarenfachgeschäft	myToys	18,1 %
Sport- und Freizeitgeschäfte	Decathlon	22,8 %
Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser	Kaufland	23,0 %
Wäsche und Strümpfe	Schiesser	11,3 %
Weinhändler	Vino Weinmärkte	17,5 %

Online-Händler

Branche	Händler	Nennung als Branchenbesten
Angeln	Gerlinger.de	6,5 %
Ankaufdienste	Myswoop.de	12,4 %
Autoteile & -zubehör	ATP-Autoteile.de	4,3 %
Baby- und Kleinkindausstatter	Jako-o.de	7,7 %
Badshops	Neuesbad.de	6,9 %
Baumärkte	Hornbach.de	7,5 %
Baustoffe	Baustoffshop.de	13,5 %
Beleuchtung	Lampenwelt.de	9,1 %
Berufsbekleidung	Engelbert-Strauss.de	11,8 %
Betten & Matratzen	Matratzen-Concord.de	11,3 %
Bilderrahmen	Allesrahmen.de	10,8 %
Blumenversender	Fleurop.de	11,0 %
Bodenbelag-Spezialisten	Holzprofi24.de	5,5 %
Buchhändler	Thalia.de	12,4 %
Büromöbel	Bueromoebel-Experte.de	18,1 %
B-Ware	Ebay.de	34,0 %
Camping	Campingwagner.de	9,9 %
Car-Hifi	Just-Sound.de	13,3 %
Damen- und Herrenmode	Brax.com	7,4 %
Damenmode	Heine.de	6,8 %
Designmöbel	Einrichten-Design.de	9,1 %
Drucker & Zubehör	Druckerzubehoer.de	6,6 %
Druckereien	Wir-machen-Druck.de	9,0 %
Edelmetalle	Philoro.de	6,7 %
Elektro-Generalisten	Mediamarkt.de	10,9 %
Elektronik & Technik	Conrad.de	17,0 %
E-Scooter	Moovi.de	11,2 %
E-Zigaretten	Innocigs.com	8,9 %
Fachbücher	Beck-Shop.de	16,8 %
Fahrräder	Bobshop.com/de	5,4 %
Familienmode	Zalando.de	5,9 %
Fenster und Türen	Fensterversand.com	11,3 %
Fitnessgeräte	Sport-Tiedje.de	12,8 %
Fleisch	Gourmetfleisch.de	9,5 %
Fliesen spezialisten	Fliesen-Sale.de	20,7 %
Fotodienste	Cewe.de	6,7 %
Fußball	11teamsports.de	22,9 %
Gaming	Gameworld.de	7,4 %
Gartenbedarf	Gruenteam-Versand.de	9,5 %
Gartenzäune	Zaun24.de	13,7 %
Gebrauchte Technik	Thinkstore24.de	8,5 %

Generalisten	Amazon.de	25,8 %
Geschenkideen	Geschenke-online.de	12,6 %
Golfausrüstung	Golfino.com	13,2 %
Grills & Zubehör	Schickling-Grill.de	6,5 %
Grußkarten	Sendmoments.de	19,4 %
Handy & Tarife	Alditalk.de	13,2 %
Handy & Zubehör	Deindesign.de	19,4 %
Haustechnik	Elektroland24.de	10,3 %
Heimtextilien	de.Erwinmueller.com	17,4 %
Herrenmode	Babista.de	10,8 %
Hersteller von Sportbekleidung	Adidas.de	14,9 %
Home-Shopping (mit TV)	HSE.de	26,6 %
Insekten- & Sonnenschutz	Insetto.eu	18,8 %
IT & Computer	Easynotebooks.de	7,2 %
Jagdzubehör	Frankonia.de	14,8 %
Jeans-Shops	Mustang-Jeans.com	14,4 %
Kaffee	Kaffeevorteil.de	9,5 %
Kameras & Zubehör	Fotokoch.de	6,4 %
Koffer & Reisegepäck	Samsonite.de	11,7 %
Kontaklinsen	Lensbest.de	14,7 %
Kosmetik	Basler-Beauty.de	17,8 %
Küchenhändler	Kuechenquelle.de	26,2 %
Laufshops	Bunert.de	21,3 %
Lebensmittel	Shop.Rewe.de	13,1 %
Massivholzmöbel	Massivmoebel24.de	17,2 %
Möbel	Ikea.com/de/de/	9,4 %
Möbel nach Maß	Form.bar	13,1 %
Münzen	Reppa.de	15,3 %
Optiker	Apollo.de	11,7 %
Outdoor & Sports	Jack-Wolfskin.de	9,8 %
Pflanzen	Poetschke.de	9,9 %
Pools & Zubehör	Pool-Chlor-Shop.de	14,2 %
Reifen	Reifen.com	14,5 %
Reitsport	Kraemer.de	10,3 %
Schilder	Schildershop24.de	15,7 %
Schließ- & Sicherheitstechnik	Wagner-Sicherheit.de	12,7 %
Schreibwaren & Bürobedarf	Schaefer-Shop.de	10,3 %
Spielwaren	mytoys.de	14,5 %
Spirituosen	Weisshaus.de	10,4 %
Sportartikel & -bekleidung	Intersport.de	13,8 %
Tapetenspezialist	Billigerluxus.de	17,0 %
Tennishops	Tennis-Peters.de	13,7 %
Teppichspezialist	Teppichscheune.de	10,7 %
Ticketshops	Eventim.de	22,0 %
Tierbedarf	Zooplus.de	9,4 %
Versandapotheken	Medikamente-per-Klick.de	6,5 %
Wandtattoos	Klebeheld.de	15,2 %
Wäsche & Strümpfe	Lascana.de	10,2 %
Wassersport	Dreimaster-Bootszubehoer.de	15,3 %
Weine	Vinos.de	8,5 %
Werkzeug	SVH24.de	9,4 %
Wohnaccessoires	Butlers.com	21,6 %

HANDELSBLATT • Verbraucherbefragung zu: 542 stationären Händlern aus 52 Branchen (über 140.000 Bewertungen) / 1.295 Online-Händlern aus 93 Branchen (über 296.000 Bewertungen)

Quelle: Servicevalue