

GERLOFF · LIEBLER RECHTSANWÄLTE

**SCHLUSSVERKAUF: WO LIEGT DIE ZUKUNFT DES
EINZELHANDELS?
MÜNCHNER RESTRUKTURIERUNGSEFORUM**

München, 26.10.2016



1. KRISE DES STATIONÄREN EINZELHANDELS

1. Bekannte Einzelhandelsmarken mit Insolvenzen



steilmann

promod
BOUTIQUE FRANÇAISE

KARSTADT

WÖHRL
MODE MIT STARKEN MARKEN



SinnLeffers



Weltbild

Strauss
INNOVATION

Weitere werden folgen!!!

1. KRISE DES STATIONÄREN EINZELHANDELS

1. Modeeinzelhandel
2. Textil- und Warenkaufhaus
3. Lebensmitteleinzelhandel
4. Elektronikeinzelhandel
5. Baumärkte
6. Möbeleinzelhandel



ALLE ein Problem:

ONLINEEINZELHANDEL

2. BESONDERHEITEN DES MODEEINZELHANDELS

Die doppelte Z-Falle für den deutschen Wholesaler



Vertikalisierte
Hersteller

Onlinevertrieb

3. AUSWIRKUNGEN DES ONLINEHANDELS

1. Hohe Anforderungen durch Onlinehandel
 - strotz stärkerer Kaufkraft, kommt im stationären Einzelhandel weniger an
 - Kundenfrequenz sinkt seit 2013 zunehmend, jährliche Abnahme z.B. in Nürnberg 15%

2. Eigene Onlineshops begründen aber auch eigenes Risiko
 - sehr hohe Investitionskosten
 - Waren sind durch Onlineshops viel stärker vergleichbar
 - Absatz erfolgt dadurch stärker über den Preis
 - keine Alleinstellungsmerkmale – Ausnahme: Eigenmarken
 - ABER: Onlinestore ist notwendig, um den Kunden eine Vorinformationsmöglichkeit zu geben

3. AUSWIRKUNGEN DES ONLINEHANDELS

3. Vernetzung von Online- mit stationärem Handel wird entscheidend sein
bspw. durch In-Store-Online Angebot und WLAN
4. Stationärer Einzelhandel muss Einkauf wieder viel stärker zum **Erlebnis** machen, gegen die **Bequemlichkeit** des Onlinehandels kommt er nicht an
 - hierfür werden Änderungen der möglichen Öffnungszeiten **zwingend** notwendig sein
 - Stationäre Einzelhandel braucht **verkaufsoffene Sonntage**
5. Politik muss Konzepte für die Nutzung und Belebung der Innenstädte entwickeln, sonst sterben diese zunehmend aus und eine **Innerstädtische Immobilienkrise** wird folgen

4. SONSTIGE PROBLEME DES EINZELHANDELS

1. Hoher Finanzierungsbedarf
 - Refinanzierung von Anleihen, Mezzanine und Darlehen
 - Finanzierung von Restrukturierungskosten
 - Finanzierung von Investitionen ins Geschäftsmodell

2. Unzureichender Grad der Digitalisierung im stationären Einzelhandel
 - Onlinehandel kann ganz andere Daten erfassen
 - Stationärer Einzelhandel kennt meistens nicht einmal die (Mail)Anschrift seines Stammkunden
 - Warenwirtschaftssysteme sind unzureichend

4. SONSTIGE PROBLEME DES EINZELHANDELS

3. Multibrandstores sind zu schwerfällig gegenüber vertikalisierten Unternehmen
 - Schwieriges Nachsteuern von Ware
 - Reaktion auf Marktveränderungen zu langsam
 - Vertikalisiertes Unternehmen höhere Kollektionsfrequenz
4. Wachstum durch Größe gilt nicht unbedingt in dieser Branche
 - kleine örtliche Anbieter sind oftmals besser
 - Filialist mit einheitlicher Kollektion hat es da schwerer
5. Gestaltung von Zeit des Kunden – Bsp. Warteschlangen gegenüber Bezahlvorgang im Internet

4. SONSTIGE PROBLEME DES EINZELHANDELS

6. Deutlich höhere Schnelligkeit von Trends

- Bsp.



7. Verhältnis von Own-buy Ware, Depotware und Eigenmarke

- stärkerer Anteil an Depotware schont Liquidität
- ABER: Händler verliert seine Kernkompetenz
- Eigenmarke ist hat höhere Marge, muss aber etabliert werden

8. Gegenüber Monolabelstores höhere Vielfältigkeit und Kombinationsmöglichkeiten – Nutzen nur bei guter Beratung → **Kosten**

5. WIE KANN STAT. EINZELHANDEL BESTEHEN?

1. Einkauf als Erlebnis gestalten
2. Sehr viel höhere Digitalisierung notwendig → Controlling
3. Spannenden Markenmix vorhalten
4. Wieder stärkere Einkaufskompetenz entwickeln
5. Das eigene Label als starke örtliche Marke entwickeln

5. WIE KANN STAT. EINZELHANDEL BESTEHEN?

6. Verbindung Online- und stationären Einzelhandel gestalten
 - Interaktive Spiegel
 - Berührungslose Schaufenster
 - transparente Displays für Produktinfo

7. Onlinestore auch als Marketinginstrument nutzen

8. Zeitgestaltung des Kunden – Bezahlvorgang kurz gestalten durch elektronische Preisschilder – „Kasse kommt zum Kunden und nicht der Kunde zur Kasse“

9. Schnelle Produktsuche durch innovative Ladennavigation



**Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit!**



GERLOFF · LIEBLER RECHTSANWÄLTE

Nymphenburger Straße 4

80335 München

Telefon: +49 (0)89 120 26-0

Telefax: +49 (0)89 120 26-127

Mobil: +49 (0)151 140 26 005

E-Mail: info@gl-law.de

Internet: www.gl-law.de