

Pressemitteilung

Frankfurt, 6. Oktober 2017

Commerzbank-Sektorbericht: Digitalisierung revolutioniert den Einzelhandel

- **Rückläufige Kundenfrequenz und veränderte Konsumbedürfnisse erfordern Strategiewechsel**
- **Fundamentaler Wandel durch neue Liefersysteme**
- **Digitalisierung und Omni-Channel-Konzepte bieten neue Absatzchancen**
- **Innovationskraft bleibt überlebenswichtig**
- **Leichtes Wachstum mit Umsatzplus von 1,8 Prozent nominal für 2017 erwartet**

Rückläufige Kundenfrequenz und veränderte Konsumbedürfnisse erfordern Strategiewechsel

In den kommenden Jahren wird der deutsche Einzelhandel, der zum Bruttoinlandsprodukt rund ein Sechstel beisteuert, mit mehreren gravierenden brancheninternen und gesellschaftlichen Entwicklungen konfrontiert sein. Vor allem der Wandel der Konsumbedürfnisse, die Digitalisierung, ein schnelles Wachstum bei Lieferdiensten sowie die rückläufige Kundenfrequenz im stationären Einzelhandel stellen die Branche mit 3,32 Millionen Beschäftigten vor große Herausforderungen. „Der Verdrängungswettbewerb und die Konsolidierung, die seit den 2000er-Jahren stattfinden, werden zu einer zunehmenden Herausbildung von oligopolistischen Strukturen in der Branche führen“, prognostiziert Andreas Resch, Sektor-Head Consumer & Retail bei der Commerzbank Frankfurt.

Die Grenzen zwischen den Unternehmensformen werden zunehmend verschwimmen. Discounter werden sich stärker Supermärkten anpassen und umgekehrt. Neue Einkaufstrends wie Erlebnisshopping, beratungsintensivere Einkaufsangebote und der Wunsch nach Konsumethik seitens der Kunden führen nicht nur zu einer Umgestaltung von Ladenlokalen und Servicestrukturen, sondern auch zu gänzlich neuen Sortimenten. Der demografische Wandel befeuert diese Entwicklung zusätzlich. „Die Bevölkerung in Deutschland schrumpft und wird älter und vielfältiger. Damit entstehen auch neue Konsumbedürfnisse“, zitiert Resch den aktuellen Sektorbericht Einzelhandel der Commerzbank.

Fundamentaler Wandel durch neue Liefersysteme

Der wohl fundamentalste Wandel steht schon in den Startlöchern, sucht aber noch tragfähige Geschäftsmodelle: die Einführung von Lieferdiensten. Drohnen, Roboter, elektrische Lieferfahrzeuge, die besonders für innerstädtische Lagen geeignet sind, und Fahrräder sollen in Zukunft verstärkt Waren an die Haustüren der Kunden liefern.

„Der Einzelhandel in Deutschland hat also das Potenzial, sich teilweise von einem stationären in ein ambulantes Handelssystem zu transformieren. In welcher Form sich dieser Trend in Zukunft aber letztendlich durchsetzen wird, bleibt spannend“, kommentiert Resch.

Digitalisierung und Omni-Channel-Konzepte bieten neue Absatzchancen

Angetrieben wird der Umbruch im Einzelhandel, der im Jahr 2015 einen Umsatz von 508 Mrd. Euro erzielte, vom Megatrend der Digitalisierung. In Deutschland beträgt das Gesamtvolumen des Onlinehandels bereits 44 Mrd. Euro. Viele traditionell im stationären Handel verhaftete Unternehmen aller Größenklassen streben in den Onlinehandel. „Alle Anstrengungen zielen auf die Bündelung und Konzentration aller Online- und Offlinevertriebskanäle in Form sogenannter Omni-Channel-Konzepte ab. Diese Entwicklung wird durch die Digitalisierung von Ladenlokalen und Unternehmensstrukturen flankiert. Intelligente Regale, die durch Computerprogramme dynamisch Preise festlegen, Logistiksysteme, über die automatisch Produkte nachgeordert und Regale befüllt werden, und die Analyse von Kundendaten, anhand derer personalisiert Produkte empfohlen werden, eröffnen weitere Potentiale, sind derzeit aber oftmals noch Zukunftsmusik im Einzelhandel“, führt Resch weiter aus.

Innovationskraft bleibt überlebenswichtig

Leichtes Wachstum mit Umsatzplus von 1,8 Prozent nominal für 2017 erwartet

Für das Jahr 2017 wird ein Umsatzwachstum von 1,8 Prozent nominal erwartet. Doch zunehmende Wettbewerbsintensität und eine rückläufige Frequenz im stationären Handel sind unübersehbare Risiken. „Die notwendige Anpassung beziehungsweise Umstellung der Geschäftsmodelle erfordert teilweise signifikante Investitionen in Know-how, IT-Infrastruktur und Personal, aber auch in die Modernisierung der Geschäftslokale unter den Stichworten Emotionalität und Shopperlebnis. Hier besteht teilweise erheblicher Investitionsbedarf, den der Einzelhandel in den kommenden Jahren stemmen muss. Die größte Herausforderung für die Einzelhändler ist jedoch, die richtigen strategischen Entscheidungen im Zusammenhang mit den Megatrends zu treffen. Das beinhaltet teilweise tief greifende, manchmal radikale Umstellung der Geschäftsmodelle. Insbesondere diejenigen Unternehmen, die Veränderung als Chance sehen, haben langfristig die besseren Aussichten auf Erfolg“, so das Fazit des Retail-Experten.

Der Commerzbank-Sektorbericht Einzelhandel in Deutschland 2017 ist als Kurzversion unter diesem Link erhältlich:

[Commerzbank Sektorbericht Einzelhandel – Kurzversion](#)

Der Bericht beruht auf Analysen und Einschätzungen der Branche durch folgende Einheiten der Commerzbank AG:

Segment: Firmenkunden
 Bereich: Research
 Abteilung: Economic Research

Segment: Firmenkunden
 Bereich: Advisory & Primary Markets
 Abteilung: Sector Team Consumer & Retail

Segment: Group Risk Management
 Bereich: Credit Risk Corporates
 Abteilung: Sector Team Retail

Pressekontakt

Jutta Wellmann: +49 172 2953136

Über die Commerzbank

Die Commerzbank ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in knapp 50 Ländern. In zwei Geschäftsbereichen – Privat- und Unternehmerkunden sowie Firmenkunden – bietet die Bank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen, das genau auf die Bedürfnisse ihrer Kunden zugeschnitten ist. Die Commerzbank wickelt rund 30 Prozent des deutschen Außenhandels ab und ist Marktführer im deutschen Firmenkundengeschäft. Zudem ist die Bank aufgrund ihrer hohen Branchenkompetenz in der deutschen Wirtschaft ein führender Anbieter von Kapitalmarktprodukten. Ihre Töchter Comdirect in Deutschland und mBank in Polen sind zwei der weltweit innovativsten Onlinebanken. Mit ungefähr 1.000 Filialen betreibt die Commerzbank eines der dichtesten Filialnetze der deutschen Privatbanken. Insgesamt betreut die Bank mehr als 17,5 Millionen Privat- und Unternehmerkunden sowie über 60.000 Firmenkunden, multinationale Konzerne, Finanzdienstleister und institutionelle Kunden. Das 1870 gegründete Institut ist an allen wichtigen Börsenplätzen der Welt vertreten. Im Jahr 2016 erwirtschaftete es mit rund 49.900 Mitarbeitern Bruttoerträge von 9,4 Milliarden Euro.

Disclaimer

Diese Mitteilung enthält in die Zukunft gerichtete Aussagen. Dabei handelt es sich um Aussagen, die keine Tatsachen der Vergangenheit beschreiben. Solche Aussagen in dieser Mitteilung betreffen unter anderem die erwartete zukünftige Geschäftsentwicklung der Commerzbank, erwartete Effizienzgewinne und Synergien, erwartete Wachstumsperspektiven und sonstige Chancen für eine Wertsteigerung der Commerzbank sowie die erwarteten zukünftigen finanziellen Ergebnisse, Restrukturierungsaufwendungen und sonstige Finanzentwicklungen und -angaben. Diese in die Zukunft gerichteten Aussagen basieren auf aktuellen Planungen, Erwartungen, Schätzungen und Prognosen des Vorstands. Sie sind von einer Reihe von Annahmen abhängig und unterliegen bekannten und unbekanntem Risiken, Unsicherheiten und anderen Faktoren, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse oder Entwicklungen wesentlich von jenen abweichen, die durch diese in die Zukunft gerichteten Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Solche Faktoren sind etwa die Verfassung der Finanzmärkte in Deutschland, Europa, den USA und in anderen Regionen, in denen die Commerzbank einen erheblichen Teil ihrer Erträge erzielt und einen erheblichen Teil ihrer Vermögenswerte hält, die Preisentwicklung von Vermögenswerten und Entwicklung von Marktvolatilitäten, insbesondere aufgrund der andauernden europäischen Schuldenkrise, der mögliche Ausfall von Kreditnehmern oder Kontrahenten von Handelsgeschäften, die Umsetzung ihrer strategischen Initiativen zur Verbesserung des Geschäftsmodells, insbesondere die Reduzierung des ACR-Portfolios, die Verlässlichkeit ihrer Grundsätze, Verfahren und Methoden zum Risikomanagement, Risiken aufgrund regulatorischer Änderungen sowie andere Risiken. In die Zukunft gerichtete Aussagen gelten deshalb nur an dem Tag, an dem sie gemacht werden. Die Commerzbank ist nicht verpflichtet, die in dieser Mitteilung enthaltenen, in die Zukunft gerichteten Aussagen auf den neuesten Stand zu bringen oder abzuändern, um Ereignisse oder Umstände zu reflektieren, die nach dem Datum dieser Mitteilung eintreten.