

- Es gilt das gesprochene Wort -

Sehr geehrter Herr Präsident Schneider,
sehr geehrte Preisträger des Zukunftspreises Handel 2012,
meine sehr geehrten Damen und Herren, liebe Gäste des Handelsforums.

Ich freue mich, Sie alle hier in Ludwigsburg im Namen der ausrichtenden Verbände, des Handelsverbandes und des Sparkassenverbandes Baden-Württemberg, recht herzlich zu begrüßen.

Zum mittlerweile 23sten Mal haben wir gemeinsam zum Handelsforum geladen und zum 8. Mal dürfen wir im Rahmen dieser Veranstaltung gemeinsam mit Unterstützung des Finanz- und Wirtschaftsministeriums den Zukunftspreis Handel Baden-Württemberg an herausragende Händler aus dem Land vergeben.

Es freut uns ganz besonders, dass der Schirmherr der Aktion, Herr Finanz- und Wirtschaftsminister Nils Schmid, heute Nachmittag zu uns stoßen wird, um gemeinsam mit Herrn Präsident Schneider und mir die Preisträger auszuzeichnen.

Zum zweiten Mal sind wir mit dem Handelsforum in Ludwigsburg. Die hohe Teilnehmerzahl und das schöne Ambiente des Forums hier am Schlosspark zeigen einmal mehr, dass es sich gelohnt hat, wieder in der ehemaligen württembergischen Residenzstadt zu tagen.

Der Handelsverband Baden-Württemberg vertritt als Wirtschafts- und Arbeitgeberverband die Interessen von über 10.000 Handelsunternehmen in Baden-Württemberg gegenüber Verwaltungen, Ministerien, Kammern und der Öffentlichkeit.

Unsere Mitglieder erwirtschaften rund 80 % des Einzelhandelsumsatzes im Land und bilden den drittgrößten Wirtschaftszweig in Deutschland und in Baden-Württemberg.

Ein nicht unwesentlicher Teil dieses Umsatzes wird mittlerweile außerhalb der Ladengeschäfte abgewickelt. Derzeit liegt der Online-Anteil bereits bei knapp 5 Prozent und damit doppelt so hoch wie noch vor fünf Jahren. Und dieses rasante Wachstum wird sich erst einmal so fortsetzen, allerdings nicht unbegrenzt. Man schätzt, dass im Jahr 2020 knapp ein fünftel des Umsatzes „online“ abgewickelt wird.

Das ist zwar jeder fünfte Euro, aber dennoch werden auch künftig 80 Prozent der Waren im klassischen Ladengeschäft umgesetzt. Dies hat einen einfachen Grund, meine Damen und Herren.

Die Shopping-Lust der Verbraucher!

Die Kunden gehen viel zu gerne in die Innenstädte, die Fachgeschäfte oder die Einkaufszentren, um das Shoppen „real“ zu erleben!

Das heißt, wir gehen mit allen Handelsexperten davon aus, dass der Fokus weiterhin im stationären Handel liegen wird.

Dennoch, und künftig umso mehr, muss sich der zukunftsorientierte Fach-Handel der Herausforderung der neuen „Handelsformen“ stellen.

Dies tun auch viele Unternehmen immer stärker und – wie wir heute noch am Beispiel Kaufhof sehen werden – mit wachsendem Erfolg.

Allerdings ist der Umgang mit den verschiedenen Angebotsformen und der Dialog mit den Kunden über die neuen Medien nicht immer einfach.

Jedes Unternehmen muss für sich eine eigene Lösung finden.

Dem interessanten Spannungsfeld, das sich daraus ergibt, wollen wir uns heute intensiv widmen.

Das Handelsforum steht seit jeher für informative und aktuelle Themen aus den Bereichen Handel, Finanzen und Stadtentwicklung.

Unser heutiges Thema ist hochaktuell und ohne Zweifel ein bestimmendes MEGA-Thema des Handels.

Der Multi –Kanal-Kunde!

Multichannel, meine Damen und Herren, ist derzeit in aller Munde.

Die Frage, die sich sicher vielen dabei stellt ist:

Wird Multichannel nicht überbewertet?

Ohne dem Ergebnis der heutigen Tagung vorausgreifen zu wollen, denke ich, dass Multichannel in vielen Branchen und besonders auch im Handel eine sehr wichtige Zukunftsstrategie ist.

Gemäss einer aktuellen Studie des E-Commerce-Center Handel der Universität Köln informieren sich bei jedem dritten Kauf die Verbraucher online, bevor sie im Geschäft einkaufen. 80 Prozent der Online-Kunden erwarten, dass sie Produkte, die sie online gekauft haben, im Ladengeschäft zurückgeben können. Das bedeutet, dass der Kunde kanalübergreifend gleich informiert und betreut werden will.

Das Internet sowie der rasante Zuwachs von internetfähigen mobilen Endgeräten sind die Treiber dieser Veränderungen. Von etwa 6 Milliarden Mobilfunknutzern weltweit sind nach einer Studie von Global Mobile Statistics aus diesem Jahr, 1,2 Milliarden schon mobil im Internet unterwegs. Bereits 2014 wird das mobile Internet das altbekannte Desktop-Internet hinsichtlich Nutzung überholt haben, so die Studie. Die Entwicklung geht aber noch weiter.

Das Mitteilungsbedürfnis und die Kommunikationsmöglichkeiten haben sich mit dem technologischen Fortschritt verändert – der Erfolg von Facebook, Twitter & Co. spricht für sich.

Mittlerweile gibt es weit mehr als 800 Millionen Facebook-Anhänger, täglich kommen etwa 700.000 dazu.

Was einst ein oder zwei Personen per E-Mail oder SMS mitgeteilt wurde, lässt sich heute mit einem «Post» (zu Deutsch: eine Statusmeldung) in der neuen Welt der sozialen Netzwerke mit einem Klick an hunderte Kontakte einfach und schnell verbreiten. Die junge Generation ist in dieser vernetzten Multichannel-Welt mit Internet, Smartphones und Social Media gross geworden.

Folglich hat sie vollkommen andere Ansprüche und Vorstellungen von einem optimalen Vertriebsweg, als beispielsweise meine Generation.

Viele Unternehmen haben bereits die Initiative ergriffen und setzen auf eine Multichannel-Strategie. Der Kunde ist bei diesen Unternehmen schon König auf allen Vertriebskanälen. Durch eine intelligente Verzahnung der einzelnen Vertriebskanäle wird den Kunden ein einheitliches Einkaufserlebnis geboten. Sie können sich jetzt online informieren und dann im Ladengeschäft einkaufen oder durch einen Katalog blättern.

Das Multi-Channeling führt dazu, dass die Kanäle sich untereinander positiv beeinflussen und wichtige Kaufimpulse gesetzt werden können. Die einzelnen Kanäle verschmelzen nahezu ineinander, so dass für den Kunden nur noch ein Kanal sichtbar ist. Denn alles ist aufeinander abgestimmt und dem Kunden werden durchgängig einheitliche Informationen angeboten – im Katalog genauso wie im Onlineshop oder im Geschäft.

Die Zukunft des Handels meine Damen und Herren bleibt spannend. Denn solange der technologische Fortschritt so schnell wie in den letzten Jahren voranschreitet, wird sich der Handel auch zukünftig auf ein sich stets veränderndes Kaufverhalten seiner Kunden einstellen müssen. Entscheidend ist und bleibt aber aus meiner Sicht, dass der Handel auf den verschiedenen Kanälen – stationär, online, mobil, oder social, seinen Kunden ein konsistentes und nahtloses Einkaufserlebnis bieten muss.

All diesen Themen wollen wir uns mit dem heutigen Handelsforum widmen. Ich bin gespannt auf die Vorträge unserer Experten, die das Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchten werden.

Trendforscher, Wissenschaftler und Praktiker werden uns Beispiele aktueller Trends aufzeigen, um uns auf die Herausforderungen, die uns die diversen Absatzkanäle bescheren, vorzubereiten, damit wir als Händler und Dienstleister richtig reagieren können.

Aber das Handelsforum steht nicht nur für informative und praxisorientierte Fachthemen. Nutzen Sie bitte auch die Möglichkeiten der Kommunikation und des Austauschs mit Kollegen und Partnern, die sich bei einem solchen Branchentreff hervorragend anbieten, denn:

Das Handelsforum bietet seit jeher eine hervorragende Kommunikationsplattform und steht für einen offenen Gedankenaustausch sowie gute Gespräche der Besucher in den Kommunikationspausen.

Auf unserer kleinen Infobörse im Foyer finden Sie darüber hinaus einige hochqualifizierte Ansprechpartner zu den Themen des heutigen Tages. Die Damen und Herren an den Infoständen stehen für Ihre Fragen gerne mit Rat und Tat zur Seite.

An dieser Stelle möchte ich Sie sowohl auf die Studie unseres Businesspartners DMC hinweisen, die für Sie in den Veranstaltungstüten bereit liegt, sowie auf unsere

Veranstaltung mit e-wolff zum Thema Trends & Innovationen im Online-Marketing 2012 am 10.5. im Hause des Sparkassenverbandes in Stuttgart.

Ich möchte nicht enden, ohne mich beim Präsidenten des Sparkassenverbandes, Herrn Peter Schneider, für die gewohnt hervorragende und vertrauensvolle Zusammenarbeit bei der Vorbereitung und Umsetzung dieser Tagung zu bedanken.

Sehr geehrter Herr Schneider, Sie haben ein tolles Team, das mit der Organisation des Handelsforums bestens vertraut ist und es ist uns jedesmal eine große Freude gemeinsam mit Ihrem Hause dieses Forum durchzuführen.

Ich wünsche Ihnen allen ein erfolgreiches, interessantes und erkenntnisreiches Handelsforum 2012. Vielen Dank.