

Vorwort der Autoren und Motivation

Seit Monaten dominiert das Thema COVID-19 die Medien. Ein Großteil der Händler leidet geschäftlich enorm unter der Krise, da Schutzmaßnahmen, Hygienevorschriften, Ausgangssperren und andere Maßnahmen zur Kontrolle der Ausbreitung des Virus das Einkaufen in Geschäften und Supermärkten erschwert oder ganz zum Erliegen gebracht haben.

Auch die Mehrheit der Verbraucher musste ihr Kaufverhalten anpassen oder einschränken. Folglich haben viele Kunden ihre Einkäufe online getätigt. Händler wiederum waren oder sind gezwungen, auf dieses Einkaufsverhalten zu reagieren, auch wenn sie keinen Online-Shop besitzen, oder mussten agieren, um ihre Produkte überhaupt weiter verkaufen zu können.

Die Corona-Pandemie verstärkte die bisherige Entwicklungstendenz vom stationären Einzelhandel in den

Online-Handel damit enorm bzw. beschleunigt diese noch zusätzlich.

Um diese Entwicklungen genauer quantifizieren zu können, hat ibi research an der Universität Regensburg im Rahmen des Digital Commerce Research Network (DCRN) eine Händlerbefragung durchgeführt. Es wurde untersucht, wie die aktuelle Krisensituation den Handel beeinflusst und wie die Händler reagieren, um die Krise bestmöglich zu bewältigen.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Gewinn beim Lesen.

Ihr Autorenteam im Juni 2020

Manuela Paul, Dr. Ernst Stahl, Nils Deichner

Online-gestützte Befragung unter www.ibi.de/DCRN2020

Zielgruppe: Stationäre Händler, Multikanalhändler, Online-Händler

Laufzeit der Befragung: April und Mai 2020

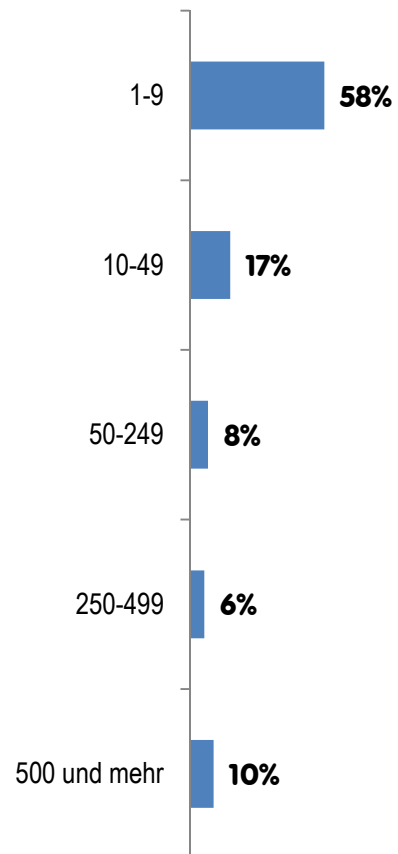
Aufrufe des Fragebogens: 658

Ausgefüllte und verwertete Fragebögen nach Qualitätssicherungsmaßnahmen (Zugehörigkeit zur Zielgruppe, ausreichende Anzahl beantworteter Fragen, angemessene Zeitdauer, Ausschluss mehrfacher Teilnehmer etc.): 180

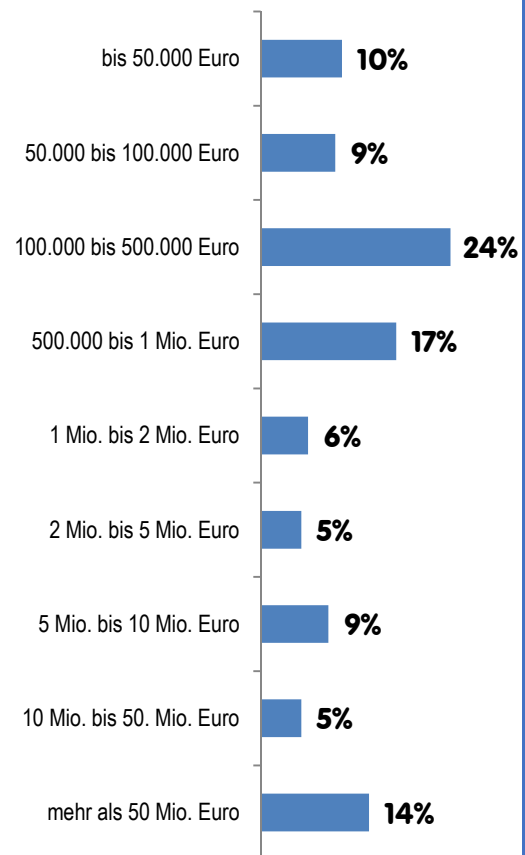
Angabe der Werte und Teilnehmeranzahl („n“):

Zur besseren Vergleichbarkeit und intuitiven Verständlichkeit werden die meisten Ergebnisse in relativen Größen (Prozentwerte) aufgeführt. Der Wert „n“ gibt jeweils an, wie viele Teilnehmer die Frage beantwortet haben und stellt den Bezugspunkt für Ergebnisdarstellungen (Prozentwerte) dar. Alle Prozentwerte sind auf volle Prozent bzw. eine Nachkommastelle gerundet. Die Summe der Prozentwerte kann daher bei einigen Fragen geringfügig von 100 % abweichen. Die Teilnehmerzahl („n“) sowie ggf. die Bedingungen zur Fragestellung werden in der Fußzeile angegeben.

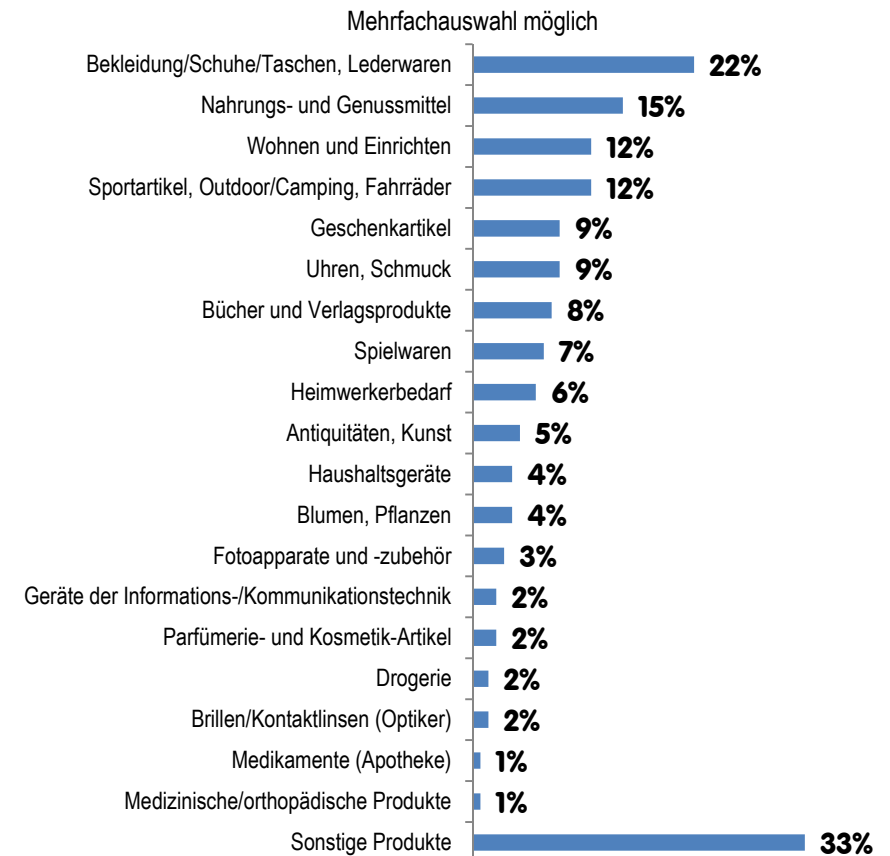
Mitarbeiter



Umsatz pro Jahr



Branche



Wie verkaufen Händler aktuell und zukünftig ihre Produkte?

Vertriebskanal

68 % verkaufen über ihr stationäres Ladengeschäft.
48 % verkaufen über einen eigenen Online-Shop.

Corona-Krise

60 % der Händler haben ihre Produkte auch schon vor der Corona-Krise im Internet verkauft.

Zukunft

50 % der Händler ohne Online-Vertrieb planen nun zeitnah in den Online-Verkauf einzusteigen.
60 % davon planen einen eigenen Online-Shop mit durchschnittlich einem Drittel ihres aktuellen Sortimentes.

Fachwissen

Drei Viertel der Händler ohne Online-Vertrieb schätzen ihr Wissen beim Thema Online-Verkauf sehr gering bis mittelmäßig ein.