

UPDATE_DIGITALISIERUNG



ONLINE- UND STATIONÄRER HANDEL

Editorial

Die Digitalisierung kommt. Das ist keine neue Nachricht. Stationäre Händler fragen sich, ob, wie und mit wie viel Aufwand sie in den Online-Handel einsteigen sollen. Braucht jeder einen eigenen Online-Shop? Nein. Es geht darum, ein auf das eigene Geschäft zugeschnittenes Modell zu finden. Wichtig ist, damit anzufangen.

Wir als vom BMWi geförderte Mittelstand 4.0-Agenturen übersetzen praxisrelevantes Wissen in die Sprache des Mittelstandes und sind die Ansprechpartner für Multiplikatoren aus Wirtschaftsförderungen, Verbänden, IHKs oder Handwerkskammern.

Ihre

Anette Michels

Es muss nicht immer ein eigener Online-Shop sein ...

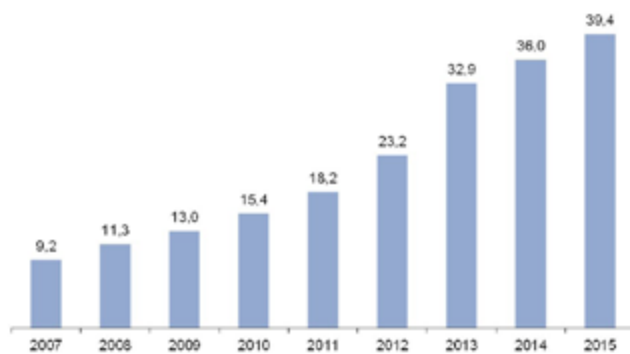
... um als stationärer Händler ein Stück vom digitalen Kuchen abzubekommen. Mit manchen Produkten hat man gegen die Online-Branchenriesen keine Chance. Oder die Gewinnmargen sind so klein, dass es sich nicht lohnt.



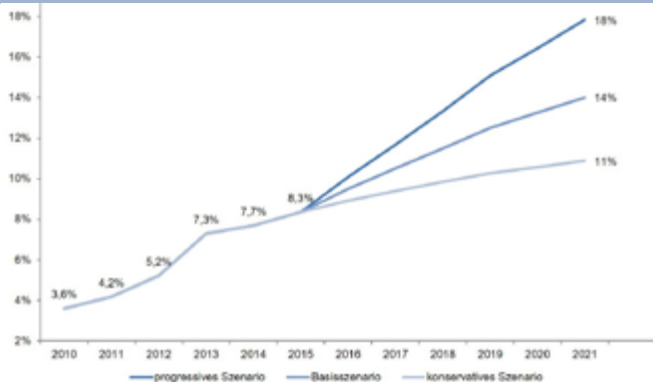
Tipps:

1. Als Buchhändler wird es sich kaum lohnen, mit einem Online-Shop gegen Amazon anzutreten. Aber wie wäre es mit einem regelmäßig gepflegten Blog mit Buchempfehlungen für eine ganz bestimmte Zielgruppe: Jugendbücher, Kochbücher, philosophische oder Reiseliteratur?
2. Als Schuhhändler mit einem breiten Angebot gegen Zalando antreten? Schaffen Sie sich ein Alleinstellungsmerkmal! Einige kleine Schuhgeschäfte machen vor, wie es funktionieren kann: Sie betreiben zum Beispiel einen spezialisierten Online-Shop für italienische Lederschuhe eines bestimmten Stils.
3. Wie kann sich der Kioskbesitzer digital sichtbar machen? Ein Online-Shop für Süßigkeiten und Zeitschriften verspricht viel Arbeit, aber wenig Gewinne. Hier reicht es, den Firmeneintrag auf „Google My Business“ aktiv zu pflegen. Schon wird Suchenden der Laden auf Google Maps mit allen wichtigen Informationen korrekt angezeigt.
4. Eine weitere Möglichkeit für Händler, ihre Produkte online zu vertreiben ist die Gründung eines eigenen Shop auf bereits existierenden Verkaufsplattformen wie Amazon, eBay, Rakuten oder Dawanda.

Handel in Zahlen



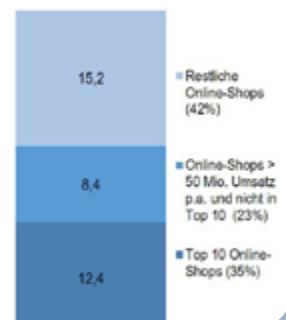
Entwicklung des E-Commerce-Umsatzes in Deutschland in Mrd. Euro



Entwicklung des E-Commerce-Anteils am Gesamtumsatz des Einzelhandels

Daten: bevh 2010 bis 2016, umsatzsteuerbereinigt;

Abbildungen und Prognose: eigene Berechnungen ibi research 2016



Verteilung des E-Commerce-Umsatzes auf die verschiedenen Online-Shop-Gruppen in Deutschland 2014 (in Mrd. Euro)

Digitale Plattformen für den lokalen Handel

Derzeit wird in vielen Städten diskutiert, eine eigene digitale Plattform zu schaffen, auf der alle stationären Händler auch online vertreten sein sollen. Einige Städte sind auch schon aktiv auf diesem Weg. Auf diesen lokalen Marktplätzen können Händler beispielsweise eigene Online-Shops betreiben und sie erhalten ein komplettes Marketing-Paket.

Doch sind diese Plattformen auch **umstritten**: Machen überhaupt genügend Händler mit? Wie gelingt es, diese Plattformen so bekannt

und lebendig zu machen, dass sie von den Kunden genutzt werden? „Die bisherigen Beobachtungen und Erfahrungen haben gezeigt, dass ein Faktor bei diesen Aktivitäten für den Erfolg entscheidend ist: Es muss einen Kümmerer geben, am besten in Vollzeit“, sagt Dr. Georg Wittmann von der Mittelstand 4.0-Agentur Handel. Gemeint ist damit eine Person, die Händlern bei technischen Fragen zur Online-Shop-Software zur Seite steht und Marketing-Aktivitäten für die Plattform anschiebt.

Innenstadt-Belebung durch freies W-Lan

Eine Idee, um Innenstädte zu beleben, ist, freies W-Lan anzubieten. Einige Städte bieten diesen Service auch in Öffentlichen Verkehrsmitteln an oder planen dies. Fragen hierbei sind: Wer finanziert es? Soll es das W-Lan auch in den Geschäften geben oder nur in der Fußgängerzone? Können Händler Kunden, die das W-Lan in ihren Verkaufsräumen nutzen, Werbung auf dem Smartphone anzeigen lassen? In Deutschland gilt derzeit immer noch die Störerhaftung, nach der ein Inhaber eines Internetzugangs haftet, wenn andere über dessen Anschluss Rechtsverletzungen begehen. Derzeit wird der Entwurf zur 3. Änderung des Telemediengesetzes diskutiert, mit dem Rechtssicherheit erlangt werden könnte.

Eine Anlaufstelle für Städte, die W-Lan frei und ehrenamtlich verwaltet anbieten möchten, ist freifunk.net.

GoBD-konforme Kassen als Einstieg in die Digitalisierung nutzen

Viele Händler haben, um die „Grundsätze zur ordnungsmäßigen Führung und Aufbewahrung von Büchern, Aufzeichnungen und Unterlagen in elektronischer Form sowie zum Datenzugriff“ (GoBD) einzuhalten, neue Kassensysteme eingeführt. Damit kann unter anderem jede Einnahme und Ausgabe einzeln aufgezeichnet und für mindestens zehn Jahre aufbewahrt werden. Diese rechtliche Vorgabe kann auch als Anlass zum Einstieg in die Digitalisierung genutzt werden: Wenn die neue Kasse eine Schnittstelle zum Warenwirtschaftssystem bietet, aktualisiert sich der Warenbestand automatisch mit jedem Kassivorgang.



Förderung für Digital-Beratungen

Es gibt regionale und auch bundesweite Förderprogramme, über die Händler Zuschüsse für Digitalisierungsberatungen oder Workshops erhalten können. Die Recherche erfolgt bundesweit über www.foerderdatenbank.de. Zudem bietet das Bundeswirtschaftsministerium eine telefonische Förderberatung-Telefon: 030 18615-8000, E-Mail: foerderberatung@bmwi.bund.de mit folgenden Inhalten:

- die Förderprogramme des Bundes, der Länder und der EU für kleine und mittlere Unternehmen,
- die Antragsverfahren,
- die Anlaufstellen,
- die Konditionen.

Publikationen



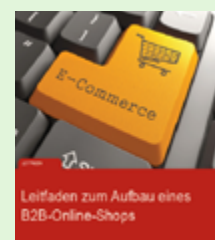
Checkliste zur Planung von E-Commerce-Projekten:

<http://bit.ly/CheckComm>



Leitfaden „Implementierung digitaler Technologien am Point of Sale“:

<http://bit.ly/PointoS>



Leitfaden zum Aufbau eines B2B-Online-Shops:

<http://bit.ly/B2BShop>

Ansprechpartner:

Anette Nickels

Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation
Hochschule Darmstadt
Telefon: 06151 1639216
E-Mail: anette.nickels@h-da.de



Dr. Georg Wittmann

Mittelstand 4.0-Agentur Handel
ibi research an der Universität Regensburg
Telefon: 0941 943-1891
E-Mail: georg.wittmann@ibi.de



Über Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse

In der Förderinitiative „Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse“ werden bundesweit Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren, ein Kompetenzzentrum Digitales Handwerk und vier Mittelstand 4.0-Agenturen im Rahmen des Förderschwerpunkts „Mittelstand-Digital – Strategien zur digitalen Transformation der Unternehmensprozesse“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) gefördert. Der Förderschwerpunkt unterstützt Unternehmen beim intelligenten Einsatz von modernen Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) und stärkt damit ihre Wettbewerbsfähigkeit. „Mittelstand-Digital“ setzt sich zusammen aus den Förderinitiativen „Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse“, „eStandards: Geschäftsprozesse standardisieren, Erfolg sichern“ und „Einfach intuitiv – Usability für den Mittelstand“. Weitere Informationen finden Sie unter www.mittelstand-digital.de

Über die Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation

Die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) geförderte, bundesweit aktive Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation unterstützt Multiplikatoren und Unternehmen bei der Gestaltung des digitalen Wandels. Sie bietet kostenfreie Workshops, Informationsveranstaltungen und Publikationen zu Trends und praktischen Anwendungen der Digitalisierung. Die Leitung des Konsortiums hat die private, staatlich anerkannte Managementhochschule BSP Business School Berlin. Weitere Informationen unter:

<http://kommunikation-mittelstand.digital>



Impressum

Herausgeber:

Hochschule Darmstadt
University of Applied Sciences
Haardtring 100
64295 Darmstadt
Telefon: +49 6151-16-02 (Vermittlung)
info@h-da.de

Stand: März 2017

Rechtsform:

Die Hochschule Darmstadt ist gemäß § 1 Abs. 1 HHG (Hessisches Hochschulgesetz vom 14.12.2009 GVBL. I. S. 666) eine rechtsfähige Körperschaft des öffentlichen Rechts und zugleich staatliche Einrichtung

Gesetzlicher Vertreter:

Der Präsident Herr Professor Dr. Ralph Stengler

Umsatzsteueridentifikationsnummer

USt-IdNr. DE811763762

Redaktion:

Anette Nickels, Haardtring 100, 64295 Darmstadt
anette.nickels@h-da.de
+49 6151-16-39937

Gestaltung und Produktion: Lisa Benz

Bildnachweis: Titel: pixabay / WDnetStudio;
S. 2, 3: pixabay / metsi + Antranas;
Anette Nickels, Dr. Georg Wittmann;

Druckerei: Service Print Medien der Hochschule Darmstadt, Haardtring 100, 64285 Darmstadt