

EHI-Studie „Handel mit Abstand“

Strukturwandel in der Ladenbau-Branche

Donnerstag, 03.12.2020

Die Ladenbau-Branche befindet sich im Umbruch. Schon in den letzten Jahren ist der Wettbewerb intensiver geworden. Die Corona-Pandemie verschärft diesen Strukturwandel weiter. Die Mehrheit der befragten Nonfood-Unternehmen haben Anzahl und Volumen von Ladenbauprojekten deutlich heruntergefahren oder auf 2021 verschoben. „In dem bislang stark fragmentierten Ladenbaumarkt wird zwangsläufig eine Konsolidierung in Form von Übernahmen und Zusammenschlüssen zu größeren, schlagkräftigeren Unternehmen stattfinden“, kommentiert Claudia Horbert, Ladenbau-Expertin, die EHI-Studie „Handel mit Abstand“.

Ladenbau-Markt im Umbruch

Nur wenige Dienstleister werden sich als Nischenanbieter – z. B. für hochwertige Innenausbauten für eine kaufkräftige Zielgruppe und damit einen der derzeit wachstumsträchtigen Bereiche – neu positionieren können. Bei einigen Unternehmen werden die Aufwendungen nach dem jetzigen Planungsstand lediglich bei 50-70% des ursprünglichen Investitionsvolumens liegen. Dennoch rechnen über 53% der Ladenbauverantwortlichen, besonders bei Unternehmen des täglichen Bedarfs, mit gleichbleibenden Investitionen und 10% prognostizieren sogar eine Steigerung. Allerdings bereiten sich auch fast 37% auf Kürzungen vor.

Digitalisierung

In den Ladenplanungsabteilungen des Handels hat die Corona-Pandemie zu einem Digitalisierungsschub geführt. Die nun überwiegend digitale Kommunikation – bedingt durch Homeoffice und Remote Work – hat den Austausch innerhalb der eigenen Abteilung wie auch mit anderen Fachabteilungen deutlich verbessert. In 57% der befragten Unternehmen sind neue, sehr agile Projektstrukturen über Abteilungen hinaus entstanden, so dass Entscheidungen jetzt sehr schnell getroffen werden können. Die entspricht zugleich einem Digitalisierungsschub für die gesamte Prozesskette – mit virtuellen Projektmeetings und digitalen Projektpräsentationen unter Einbindung auch externer Partner wie Architekten oder Lieferanten, alles in Echtzeit, so dass alle Beteiligten stets über den gleichen Datenstand verfügen.

Sicherheits- und Hygienekonzepte

Waren viele der Schutzmaßnahmen zunächst nicht auf Dauer ausgelegt, so geht man jetzt davon aus, dass Schutz- und Hygienekonzepte den Handel mindestens noch bis Ende 2021 begleiten werden. Daher setzen alle Handelsunternehmen nach den anfänglichen Provisorien auf optisch ansprechendere Lösungen, die Teil des gestalterischen Gesamtkonzepts sein sollten. Ein Store-Design ohne Barrieren zwischen Kundschaft und Personal wird unter Corona zu einem POS, der von Abschottung und Sicherheitsmaßnahmen geprägt ist. Eintrittsbeschränkungen, Laufwege, Abstandsmarkierungen, Schutzwände oder Desinfektionsstationen sind nur einige der vielen Beispiele. 70 Prozent der befragten Handelsunternehmen setzen dabei auf möglichst variable Schutzkonzepte, die sie, wenn sie nicht mehr benötigt werden, wieder entfernen können.

Zukunft des Checkout-Bereichs

Zweifellos hat die Corona-Pandemie der Akzeptanz von SB-Kassen wie auch bargeldlosen bzw. mobilen Zahlungsvarianten einen deutlichen Schub verliehen. Dennoch sieht die Mehrheit der befragten Händler und Händlerinnen die Kassenzone weiterhin als einen zentralen Punkt in der Interaktion zwischen Kundschaft und Handel, auf den sie nicht verzichten möchte. Dennoch beobachtet eine knappe Mehrheit von 53,3% eine Steigerung der mobilen Bezahlungen und ein Drittel eine häufigere Nutzung von Self-Checkout-Kassen - nur auf den LEH bezogen, wo diese Systeme am häufigsten vorkommen, würde die Zahl sicher höher ausfallen.

[Das Whitepaper gibt es im EHI-Shop als kostenlosen Download](#)

Strukturwandel in der Ladenbau-Branche

Links

- [EHI Köln](#)