

Handelsverband-Branchentreff „Standorttag“ am 13. Oktober 2016: „Das neue Stationär kann mehr“

Wien, 14.10.2016 – In Zeiten des digitalen Wandels muss der stationäre Filialhandel mit Innovationen und neuen Strategien reagieren, um erfolgreich zu bleiben. Aber wie? Diese Fragestellung wurde am 12. Standorttag des Handelsverbandes unter dem Titel „Das neue Stationär kann mehr“, diskutiert. Erstmals wurde auch der „Goldene Merkur“ im Anschluss an den Kongresstag im Rahmen einer feierlichen Gala verliehen. Mit über 120 Gästen konnte der Standorttag seine Teilnehmerzahl das dritte Jahr in Folge steigern.

Unter den zahlreichen Besuchern waren auch: Sigrid **Aibler** (Yves Rocher), David **Baumgart** (Alibaba), Hermann **Enenkel** (Triumph International AG), Alexander **Frech** (Österreichische Post AG), Johannes **Hornig** (J. Hornig GesmbH), Vinzenz **Kastner** (Kapsch AG), Franz **Lukele** (Generali Real Estate), Alexander **Pietsch** (Nordsee GmbH), Christian **Prokopp** (Christian Prokopp GmbH), uvm.

Mit einer Videobotschaft und mahnenden Worten aus Moskau eröffnete **Stephan Mayer-Heinisch**, Präsident des Handelsverbandes, den 12. Standorttag: *„Der Markt verändert sich disruptiv. 1.400 Geschäfte weniger, minus 270.000m² bei der Verkaufsfläche im letzten Jahr. Verantwortliche Manager und Politiker müssen darauf reagieren. Stadtentwicklung ist keine Rocket-Science. Es braucht nur eine gemeinsame Anstrengung von Politik und Wirtschaft, um neue Strategien zu entwickeln und neue Wege zu gehen.“*

Die Moderation des Tages übernahm **Gabriele Jiresch**, langjährige Chefredakteurin der Handelszeitung und profunde Kennerin der Branche.

„Ich investiere in disruptive Ideen“

Der Trend geht Richtung Online. Immer mehr stationäre Händler suchen ihr Glück im Web. Dass es auch Fälle von Onlinern gibt, die ihren Webshop erfolgreich um stationäre Flächen erweitern, zeigte der vorgestellte Keynote-Case von Renésim, einem vormals reinen Online-Juwelier, der 2016 einen Shop in München eröffnet hat. Warum Business Angel und Innovator **Hansi Hansmann** in das Geschäft von Maximilian Hemmerle investiert hat erklärte er so: *„Digitalisierung wird unser Leben und die Branche grundlegend verändern. Mit Konzepten aus den 90er Jahren wird man untergehen. Renesim hatte hingegen eine disruptive Idee, deshalb hab ich dort investiert.“*

Dass Online irgendwann nicht mehr gereicht hat und der erste Shop eröffnet wurde ist für **Hemmerle** eine logische Weiterentwicklung: *„Wir haben das Konzept des New Luxury konsequent zu Ende gedacht. Ein stationäres Geschäft gehört für viele Menschen zu einem vollkommenen Einkaufserlebnis einfach dazu. Wir integrieren nun beide Welten.“*

„Was jetzt verloren geht, wird verloren bleiben“

Im Format eines Fire-Chats diskutierten Standortexperte **Hannes Lindner** von der Standort + Markt Beratungsgesellschaft und Immobilienexperte **Michael Oberweger** von Comfort Austria über die Lagen der Zukunft. In einem Punkt waren sich beide einig: es geht nicht mehr um Wachstum, sondern um Erhalt und Optimierung der bestehenden Flächen. Oberweger warnte deutlich vor den Konsequenzen einer veränderten Handelslandschaft: *„Wenn wir es nicht schaffen die städtischen Handelsnetze und Flächen zu erhalten, werden wir in 10 Jahren sehr viel Verkaufsfläche und auch Arbeitsplätze verloren haben. Denn nicht alle E-Commerce Händler werden in stationäre Präsenzen investieren. Was jetzt verloren geht, wird verloren*

bleiben.“ Lindner sieht für internationale Markenboutiquen trotz hoher Mieten keine Alternative zu den teuren A-Lagen. Unabhängig von der Lage rückt er den Mensch in den Fokus. „Es geht zunehmend um die Emotionalisierung des POS und einen zusätzlichen Nutzen für den Kunden. Das zeigt sich auch darin, dass gastronomische Angebote und Dienstleistungen beim Einkaufen immer wichtiger werden.“

„Etikettenschwindel bei Pachtverträgen“

Mit der Aussage, dass viele Händler mehr zahlen als sie eigentlich müssten, sorgte **Andreas Vonkilch**, Jurist an der Universität Innsbruck, für Staunen im Publikum. *„In Österreich wird zwischen Pacht- und Mietstandorten unterschieden. Diese Unterscheidung ist meist ein reiner Etikettenschwindel, um die Kosten für Gebäudeerhaltungspflichten dem Mieter umzuhängen. Denn laut aktueller Judikatur sind auch Pachtverträge Mietverträge.“*

„Ein iPhone hat mehr Sex-Appeal als Blumenkohl“

Wie Lidl Österreich das neue Stationär vorlebt, schilderte **Alexander Thurn**, Mitglied der Geschäftsleitung und Leiter des unternehmensinternen Immobilienressorts. *„Öffnungszeiten, Raumordnung, Arbeitskosten machen allen im Kampf gegen Online zu schaffen. Wir haben uns aber an einen neuen Filialtyp gewagt, weil wir an stationär glauben. Was wir mit unseren Mitarbeitern können, kann kein Webshop der Welt. Lächeln, Freundlichkeit und persönliche Kommunikation funktioniert nur offline.“* Er ergänzt, dass Mitarbeiter zu finden und zu halten eine schwierige Aufgabe für einen Lebensmittelhändler ist, der im Kampf um gute Mitarbeiter auch mit anderen Branchen konkurriert. *„Ein iPhone hat mehr Sex-Appeal als ein Blumenkohl.“* Investitionen in den stationären Handel lohnen sich für Thurn aber sowohl unternehmerisch als auch gesellschaftspolitisch.

„Der Kunde geht nach links und schaut nach rechts“

Mit welchen, meist leicht umzusetzenden aber oftmals nicht berücksichtigten Kniffen, Flächen optimiert werden können, erklärte Handelsexperte und Unternehmensberater **Thomas Vogler**: *„Der Kunde geht nach links und schaut nach rechts. Machen Sie sich das Wissen um Verhalten und Psychologie zu Nutze. Sie können als Händler mit ganz einfachen Mitteln riesige Umsatzsteigerungen erzielen.“* Wie man stationär mit Garantie scheitert, ist für Vogler auch klar: *„Schlechte Beratung ist der größte Supergau für einen stationären Händler.“*

„Der Preis findet das Produkt“

Gelebte Digitalisierung im Handel stellte Umdasch gemeinsam mit Betten Reiter vor. Eigentümer **Peter Hildebrand** hat seine Filialen auf elektronische Preisschilder umgestellt und mit Digital Signage aufgerüstet. *„Bei Preisaktionen können nun auch aktuelle Aktionspreise angezeigt werden. Das ist ein großer Vorteil für Kunden und Mitarbeiter. Der Preis findet das Produkt, egal wo das Produkt hängt, der Preis kann zentral geändert werden. So bleibt mehr Zeit für Beratung.“* **Michael Rodin-Lo** von Umdasch, der das Projekt umgesetzt hat, sieht noch einen weiteren Vorteil von Digital Signage: *„Wir können so verstärkt Emotionen am POS erzeugen.“*

„Nicht einmal in England funktioniert die letzte Meile“

Über den idealen Standort von morgen und die Konkurrenz aus dem Web diskutierte eine hochkarätige Runde, bestehend aus **Dieter Wasserburger**, REWE International AG, **Franz Pöttl**, EHL Immobilien GmbH, **Nordal Cavadini**, Oliver Wyman AG und **Joachim Will**, von der ecostra GmbH. *„Lage, Lage, Lage hat auch heute noch Gültigkeit, Frequenz bleibt die wichtigste Komponente. Den Online-Handel nehmen wir nicht als Konkurrenz war. Wir leben im Multi-Channel-Zeitalter, da ist es selbstverständlich, dass man den Kunden auch diese Möglichkeit anbietet“, entzauberte Wasserburger das umgehende Schreckgespenst „Online“. Cavadini*

sieht günstigere Rahmenbedingungen für E-Commerce Pure-Player als für stationäre Händler, trotzdem erkennt er auch online viele ungelöste Probleme: *„Unternehmen die die Last Mile betreiben, tun dies noch immer mit Verlusten. Nicht einmal in England funktioniert die letzte Meile“*. Trotz Online-Boom beobachtet Pörtl eine ungebrochen starke Nachfrage nach Einzelhandelsimmobilien. *„Es gilt „Big is beautiful“. Die schwachen Standorte fallen raus. Überall dort wo der Kunde einen eindeutigen Nutzen hat, wird der Standort funktionieren. „Auch zukünftig wird der weit überwiegende Teil stationär erwirtschaftet werden. Der Druck auf die Branche wird aber enorm werden. Erfolgreiche Läden werden als Destinationen erlebt. Die Ware tritt dabei in den Hintergrund. Es geht in Zukunft um den Einkauf als ein soziales Ereignis“*, wagt Will einen Blick in die Zukunft.

„Mit Retro-Methoden schafft man keine Arbeitsplätze“

Den krönenden Abschluss des Standorttages bildete die Keynote von **Georg Kapsch**, CEO der Kapsch AG und Präsident der Industriellenvereinigung. Seine Rede war als Plädoyer für den Standort und für eine neue Standortpolitik zu verstehen. *„Sowohl Handel als auch Industrie benötigen die richtigen Rahmenbedingungen. Jeder der wirtschaftet braucht gesellschaftspolitische und wirtschaftspolitische Offenheit. Nur Offenheit und Freiheit führen zu Wohlstandssteigerungen. Die Freiheit geht uns aber sukzessive verloren. Wir waren noch nie so stark reguliert wie heute“*, tadelte Kapsch die österreichische Regulierungswut. Er nennt eine Reihe von Bereichen in denen es dringend Optimierungen bedarf: *„Die Bürokratie ist in Österreich unfassbar. Bildung ist ein ganz wesentlicher Standortfaktor, der oftmals ignoriert wird. Ich bin überzeugt, dass das Thema Arbeitnehmerschutz vollkommen neu aufzusetzen ist, um den heutigen Arbeitswelten gerecht zu werden. Eine Steuer. Und Abgabenquote von 44% erdrückt alle Unternehmen.“* Die Digitalisierung sieht Kapsch als Chance und als alternativlos an. *„Die Digitalisierung wird auch Jobs kosten, aber es ist die einzige Chance, dass wir wieder wettbewerbsfähig werden. Aktuell wird versucht mit Retro-Methoden Arbeitsplätze zu schaffen. Wir brauchen aber wieder eine Vision, die auch mit zeitgemäßen Maßnahmen untermauert wird.“*

Nach dem Standorttag blieb den Gästen noch ausreichend Zeit für ausgiebiges Networking bei der Verleihung des Goldenen Merkur. Die Kooperation zwischen Handelsverband und Handelszeitung vereinte zwei hochkarätige Veranstaltungen von großer Tradition zu einem Branchenevent der Extraklasse.

Rückfragehinweis

Handelsverband
Andreas Weigl,
Communications Manager,
E andreas.weigl@handelsverband.at
T +43 (1) 406 2236-77
W www.handelsverband.at

Fotos

Download der Fotos – www.handelsverband.at/standorttag2016

©Gebrüder Pixel / Abdruck der Bilder bei Nennung des Fotocredits honorarfrei.



Keynote-Speaker Georg Kapsch



Rainer Will



V.l.n.r.: Maximilian Hemmerle; Hansi Hansmann, Rainer Will



Hansi Hansmann



Michael Oberweger



Hannes Lindner



Alexander Thurn



Thomas Vogler



Andreas Vonkilch



Podiumsdiskussion, v.l.n.r.:
Joachim Will; Dieter Wasserburger, Franz Pöttl,
Nordal Cavadini



V.l.n.r.: Rainer Will, Peter Hildebrand, Michael
Rodin-Lo



Gabriele Jiresch



V.I.n.r.: Joachim Will; Dieter Wasserburger,



V.I.n.r.: Franz Pörtl, Nordal Cavadini



V.I.n.r.: Dejana Varadin, Almedina Muratovic,
Alexander Frech



V.I.n.r.: Silvio Kirchmair, Vinzenz Kastner, Rainer Will



Hansi Hansmann und Rainer Will



Kooperation zwischen Handelsverband und Handelszeitung