

Digitale Agenda | Einzelhandel

21. April 2015

HANDEL IM DIGITALEN WANDEL - HINTERGRUND

Der Einzelhandel ist eine äußerst wandlungsfähige Branche. Immer wieder forderten gesellschaftliche Veränderungen und technische Innovationen den Handel heraus. Derzeit erleben wir einen Umbruch, der weitreichender ist als der Übergang vom Tante-Emma-Laden zum Supermarkt oder das Aufkommen der Discounter.

Getrieben durch die fortschreitende Digitalisierung durchläuft der gesamte Einzelhandel einen grundlegenden strukturellen Veränderungsprozess. Alle Geschäftsbereiche und wirtschaftlichen Aktivitäten entlang der Lieferkette sind betroffen. Die Beziehungen zu Lieferanten und Kunden wandeln sich tiefgreifend. Zentraler Faktor ist die enge Vernetzung der Vertriebs- und Kommunikationskanäle - stationär, online, mobil.

Es bedarf hier neuer, moderner Regeln, damit Händler die im Zuge der Digitalisierung entstehenden Möglichkeiten optimal nutzen können. Auf nationaler und europäischer Ebene sind strategische Entscheidungen notwendig, um durch eine Modernisierung des Rechtsrahmens die Voraussetzungen für die Digitalisierung des Handels zu schaffen.

Der HDE begleitet und gestaltet den laufenden Digitalisierungsprozess mit dem Ziel, das Potential für den Handel in einer zunehmend digitalen Gesellschaft auszuschöpfen. Gefragt ist hierzu innovatives Handeln der Unternehmen, aber eben auch beherztes Handeln der Politik. Die Digitale Agenda des HDE gibt einen Überblick über die vielen politischen Fragestellungen, die den Handel beschäftigen und auf die Handel und Politik und andere Akteure gefordert sind gemeinsam Antworten zu finden.

POSITIONEN UND FORDERUNGEN DES HDE

Infrastruktur

Der Einzelhandel wird auch in Zukunft das Zugpferd für urbane Zentren sein. Daher müssen Städte und Gemeinden ihre Planung auf die Zentren konzentrieren, um den Handel dort zu halten. Aufgrund von sinkenden Frequenzen in den Innenstädten geht der HDE davon aus, dass bis 2020 50.000 Einzelhandelsstandorte schließen könnten. Das Internet kann hier auch eine Chance sein. Freies WLAN etwa kann Innenstädte attraktiver machen und ist außerdem Voraussetzung für die Digitalisierung des stationären Einzelhandels sowie die Verknüpfung von Online- und Offline-Services.

Handelsverband Deutschland
Stephan Tromp
Am Weidendamm 1 A
10117 Berlin
Telefon: 030 72 62 50 15
E-Mail: tromp@hde.de
www.einzelhandel.de

Mitarbeit:
Darija H. Bräuniger
Olaf Roik

Strukturschwache Regionen sind im Besonderen gefährdet. Hier können die aktuellen Veränderungen die Versorgungsstrukturen gefährden und ohnehin benachteiligte Regionen könnten weiter an Attraktivität verlieren. Daher ist dringend der Breitbandausbau weiter voranzutreiben. Ein schneller Zugang zum Internet ermöglicht zum einen Händlern ebenfalls mit einem Online-Shop größere Zielgruppen anzusprechen und zum anderen bietet er die Chance Versorgungslücken durch den Online-Handel zu schließen.

Wettbewerb

Ein funktionierender Wettbewerb ist die Grundlage für Wachstum und Wohlstand. Die Gleichbehandlung von Vertriebskanälen, Unternehmensgrößen, Standorten und Technologien ist die Grundlage für fairen Wettbewerb in Zeiten der Digitalisierung. So darf zum Beispiel eine gute Platzierung in den Ergebnissen von Suchmaschinen nicht von der Nutzung weiterer, oft kostenpflichtiger Dienste abhängen.

Vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen, aus denen der Einzelhandel zu über 99% besteht, ist der Einsatz neuer Technologien auch eine finanzielle Herausforderung. Die Digitalisierung im Handel braucht entsprechende Investitionen. Förderkredite und entsprechende Bürgschaften sollten kleineren Händlern den Zugang zu notwendigen Finanzmitteln erleichtern.

Internationales

Der Online-Handel erweitert das Spektrum der potenziellen Absatzwege. In der Praxis gibt es aber immer noch Hürden. Auch innerhalb der Europäischen Union. So braucht zum Beispiel die grenzübergreifende Logistik Standards bezüglich Qualität und Preisen. Auch doppelte und dreifache Bürokratie hindern Händler daran, in andere Länder zu verkaufen. Das „Mini-One-Stop-Shop“-Verfahren bei der Umsatzsteuererklärung muss daher auch bei physischen Lieferungen nutzbar sein.

Außerdem sollte sich Deutschland auf internationaler Ebene für faire steuerliche Wettbewerbsbedingungen einsetzen.

Datenschutz

Der HDE ist sich der Bedeutung eines funktionsfähigen und angemessenen Datenschutzes bewusst, spricht sich aber gegen seine weitere Verschärfung aus. Es ist letzten Endes auch der Verbraucher, der davon profitiert, wenn der Handel ihm maßgeschneiderte Angebote unterbreiten kann. Deshalb muss das Erheben und Verarbeiten persönlicher Daten weiterhin erlaubt und mit überschaubarem Aufwand möglich sein.

Besonders wichtig sind praktikable Regeln für das Scoring, um Zahlungsausfallrisiken kalkulieren zu können. Nur mit ihm kann der Handel weiterhin den in Deutschland so beliebten Kauf gegen Rechnung anbieten.

EU-weite Datenschutzregeln müssen allgemeingültig sein. Öffnungsklauseln, die zu unterschiedlichen Regeln für einzelne Staaten, Unternehmen oder Unternehmensgrößen führen, lehnt der HDE ab. Sie behindern den fairen Wettbewerb.

Payment

Die in Deutschland etablierten Zahlungsarten sind bei den Kunden beliebt und haben sich seit Jahren bewährt. Girocard- und Elektronisches Lastschriftverfahren (ELV) sollten aus Sicht des HDE auch langfristig erhalten bleiben und weiterentwickelt werden.

Die Abschaffung von Interbankenentgelten ist seit Jahren eine der zentralen Forderungen des HDE. Entsprechend positiv sehen wir die jetzt auf EU-Ebene getroffenen Regelungen zur Deckelung dieser Entgelte.

Die SecurePay-Empfehlung der Europäischen Zentralbank, nach der künftig im Online-Payment bei der Authentifizierung immer zwei von drei Sicherheitsmerkmalen (Biometrie, Wissen, Besitz) genutzt werden müssen, ist zu umständlich und nicht praktikabel. Außerdem können diese Vorgaben zu erheblichen Marktverschiebungen führen, wenn es dabei Ausnahmen für große Online-Anbieter wie Amazon oder PayPal gibt.

Mitarbeiter

Die IT-Ausstattung der Schulen muss dringend verbessert werden, damit der Umgang mit digitalen Medien eine Selbstverständlichkeit wird. Um dies zu erreichen, brauchen unsere Lehrer intensive Aus- und Fortbildung auf diesem Gebiet.

Der Handel sollte die Potenziale von E-Learning- und Blended-Learning-Konzepten intensiv nutzen. Dafür müssen entsprechende Kompetenzen des Bildungspersonals der Branche und von branchennahen Einrichtungen weiterentwickelt werden.

Durch E-Commerce beziehungsweise Multi-Channel-Commerce ändern sich die Tätigkeitsprofile in der Branche. Diese Veränderungen sollen bei der anstehenden Neuordnung der Einzelhandelsberufe ihren Niederschlag finden. Zugleich müssen Unternehmen nach wie vor die Möglichkeit haben, in den Einzelhandelsberufen ausschließlich für den stationären Bereich auszubilden.