



Joachim Zentes, Dirk Morschett, Tatjana Freer,
Daniel Keßler, Matthias Schu

HandelsMonitor - Erlebnis Handel: Läden im Aufbruch

Deutscher Fachverlag GmbH
1. Auflage, 331 Seiten,
Wire-O-Bindung, PVC-Deckfolie, 4c
ISBN 978-3-86641-310-8
€ 298,00

In den vergangenen Jahren hat sich durch die massive Zunahme des Online-Handels ein wesentlicher **Strukturwandel in der Handelslandschaft** vollzogen. Dennoch kann nicht von einem generellen Sterben des stationären Handels gesprochen werden. Diese Meinung vertreten auch knapp zwei Drittel der für den aktuellen HandelsMonitor befragten Handelsunternehmen quer durch alle Branchen. Langfristig wird der größte Teil des Handels über stationäre Kanäle laufen. Allerdings müssen **Kreativität, Unternehmergeist und Innovation forciert** und **in verschiedenen Unternehmensbereichen Anpassungen vorgenommen werden.**

Die **Sofortverfügbarkeit** wird laut der neuen Studie „**Erlebnis Handel: Läden im Aufbruch**“ als wesentlichste Stärke des stationären Handels gesehen. Dazu kommt der **Toch-and-Feel-Aspekt**, die **physische Nähe** des stationären Handels **zum Kunden** und die Überlegenheit des stationären Handels bei **sozialen und emotionalen Aspekten**. Folgerichtig integriert der neue stationäre Handel immer häufiger **gastronomische Konzepte** in den Läden: **Frische** und **Lebendigkeit**, aber auch die Stärkung des **Erlebnischarakters** des Ladens als Begegnungsstätte stehen im Fokus. Die **Verschmelzung von Handwerk und Handel** ist ebenfalls ein aktueller Trend.

Die **Spezialisierung und Fokussierung auf einzelne Produktgruppen** erweist sich ebenso als erfolgreicher Trend im stationären Handel wie die Intensivierung von **Dienstleistungen sowie Beratung durch kompetente Verkäufer**. Darüber hinaus investiert der Handel in **CRM-Systeme**.

Metropolen und Großstädte profitieren darüber hinaus vom „**Back-to-the-City-Trend**“, wozu auch die neuen Flächennutzungskonzepte beitragen: Einzelhandel, kombiniert mit Gastronomie, aber auch anderen Freizeit-, Kultur- und sozialen Angeboten. Der neue Handelsmonitor schlüsselt all diese Aspekte, unterstützt durch detaillierte Befragungsergebnisse (Konsumenten- und Handelsbefragung) auf und liefert, illustriert durch zahlreiche vierfarbige Grafiken und Abbildungen, umsetzbare Handlungsempfehlungen für das eigene Unternehmen.

Deutscher Fachverlag GmbH
Fachbuch
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

Telefon +49 69 7595-1972

buchverlag@dfv-fachbuch.de
www.dfv-fachbuch.de