

PRESSEINFORMATION

Advicum präsentiert „Retail Report“:

Österreichs Mode- und Schuhhandel wird sich nachhaltig verändern

- Omnichannel-Konzepte müssen alle Kunden-Touchpoints integrieren
- Konsequente Kundenorientierung als entscheidender Erfolgsfaktor
- Ökologie verstärkt im Fokus

Österreichs Mode- und Schuheinzelhandel steht vor gravierenden Veränderungen. Das Verhalten der Konsumenten wird immer wechselhafter und preissensibler, Marken- und Händlertreue gelten als verschwindende Phänomene, Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung. Große Zuwachsraten im Distanzhandel führen immer öfter zu Leerständen in ehemaligen Top-Lagen und Shoppingcentern. Dies geht aus dem aktuellen „Retail Report“ hervor, den das Wiener Beratungsunternehmen Advicum Consulting veröffentlichte.

„Unternehmen dürfen strategische Fragen nicht mit operativen Aktivitäten beantworten“, betonte Studienautor Andreas Kornberger, Associate Partner bei Advicum, anlässlich der Präsentation des Reports. Gefragt seien vielmehr langfristig durchdachte „Omnichannel-Konzepte“, die eine nahtlose Integration von stationärem Geschäft, Webshop und allen weiteren Kunden-Touchpoints bis hin zu sozialen Netzwerken, Servicechats und Newslettern sicherstellen. Die komplette Ausrichtung an den Erwartungen und Bedürfnissen des Kunden sei dabei ebenso notwendig wie die Nutzung moderner datenbasierter Modelle zur besseren Kenntnis des Marktes und des eigenen Betriebes. Oft werde dies auch mit einer Reduktion der Komplexität im Sortiment, in den Unternehmensabläufen und Standorten einhergehen müssen, so Kornberger.

Umsätze wachsen, Einkaufskanäle verändern sich

Wer die Zeichen der Zeit rechtzeitig erkennt und entsprechend agil handelt, hat im österreichischen Mode- und Schuhhandel freilich immer noch gute Aussichten. Denn die Umsätze werden in den kommenden Jahren allein schon dank des Bevölkerungswachstums mengen- und wertmäßig zulegen – insbesondere bei den Kernsortimenten Damenbekleidung und Lederschuhe, aber auch im wachsenden Segment der Freizeit-Outfits und Sportschuhe. Derzeit geben Herr und Frau Österreicher im Jahr etwas mehr als 1.000 Euro für Kleidung und 250 Euro für Schuhe pro Kopf aus. Bis 2021 darf die Branche mit jährlichen Wachstumsraten von 1,7 Prozent (Kleidung) bzw. 1,3 Prozent (Schuhe) rechnen.

Die digitale Revolution macht aber auch vor dem Mode- und Schuheinzelhandel nicht halt. Zuletzt ging dies in erster Linie auf Kosten des Versandhandels, der in den vergangenen sechs Jahren in Österreich um 37 Prozent abgenommen hat. Die Zahl der stationären Einzelhandelsgeschäfte ist in den letzten zehn Jahren um 20 Prozent zurückgegangen. Schon 2021 dürfte in Österreich knapp ein Fünftel der Bekleidung und ein Viertel aller Schuhe online gekauft werden. Beeindruckend sind die Wachstumsraten derzeit vor allem beim Mobile Commerce (Einkauf via Smartphone) und Social Commerce (Einkauf über soziale Netzwerke wie Facebook, Instagram oder YouTube).

Neue Technologien in Vertrieb und Logistik

„Neue Technologien werden auch Vertrieb und Logistik im Mode- und Schuhhandel in den kommenden Jahren massiv verändern“, prognostiziert Florian Bernhard, Studienautor und Senior Consultant bei Advicum. So liegen im Bereich Bekleidung die Retourenquoten im Online-Geschäft bei rund 50 Prozent. Dementsprechend werden neue Logistiksysteme für Lagerhaltung und Auftragsabwicklung etabliert werden müssen, die den aktuellen technologischen Fortschritt nützen und manuelle und automatisierte Komponenten effizient kombinieren. Als Beispiel führt der Advicum Report „Augmented Reality-Datenbrillen“ an, die eine „Pick by Vision“-Kommissionierung möglich machen oder die Navigation in Logistikzentren vereinfachen. Eine große Rolle werde auch die gezieltere und beschleunigte Endkundenbelieferung spielen, beispielsweise durch den Einsatz von Drohnen, selbstfahrenden Robotern – oder vorerst einmal mehr Fahrradkurieren in der urbanen Umgebung.

Konsumenten für Nachhaltigkeit sensibilisiert

„Zunehmende Bedeutung werden die Themen Ökologie und Nachhaltigkeit im Mode- und Schuheinzelhandel erlangen – ein vor allem für die ‚Millennials‘ wesentlicher kaufbeeinflussender Faktor“, ist Bernhard überzeugt. Für den Weg von der Produktion in den Handel und vom Handel zu den Kunden müssen umweltfreundliche Verpackungslösungen gefunden werden. Grundsätzlich zu bevorzugen sind Mehrwegverpackungen, in unumgänglichen Fällen sollte auf die Recyclingfähigkeit (Karton, Wellpappe) geachtet werden. Auch ein Rückführ-System für Kleiderbügel (in Deutschland bereits erprobt) erscheint sinnvoll.

Die Sensibilität der Konsumenten in Sachen Plastiktaschen ist erheblich gewachsen. Knapp 80 Prozent der Kunden verwenden lieber eigene mitgebrachte Tragetaschen statt welche zu kaufen. Ökologisch betrachtet sind Textiltragetaschen oder Einkaufstaschen aus recyceltem Polyethylen wesentlich nachhaltiger als beispielsweise Papiertüten. „Mit wachsendem Nachhaltigkeitsbewusstsein der Konsumenten wird auch das Thema Transparenz eine wesentliche Rolle im Mode- und Schuhhandel der Zukunft spielen“, heißt es im Advicum Retail Report. Bereits jetzt gibt es erste Projekte, die Kleidungsstücke und Schuhe mit Smart Tags zu versehen, die Informationen über verwendete Materialien, Herkunft, Recyclingfähigkeit und Wiederverwertbarkeit kommunizieren.

Die Autoren des Retail Reports

Andreas Kornberger ist seit 2017 Associate Partner bei Advicum Consulting im Bereich Retail. Er verfügt über mehr als 20 Jahre internationale Erfahrung im Bereich Einzelhandel und Konsumgüter aus unterschiedlichen Top Management-Positionen sowie als Berater. Neben seiner Expertise in Österreich, CEE und SEE konnte er auch Erfahrung in der Ukraine, Russland, Weißrussland und Kasachstan sammeln. Kornbergers Beratungsfokus liegt in den Bereichen Strategieentwicklung, Category Management, Retail-Operation sowie Organisationsentwicklung für Einzelhandels-, Omnichannel- und Großhandelsunternehmen.

Florian Bernhard ist seit 2013 bei Advicum Consulting als Analyst und Berater tätig. Er verfügt über umfangreiche praktische und theoretische Erfahrung im Bereich Retail. Bernhards Beratungsfokus liegt innerhalb der Strategie- und Organisationsentwicklung sowie in Operational Excellence.

Advicum Consulting GmbH

Die Advicum Consulting GmbH, ein eigentümergeführtes österreichisches Beratungs- und Investmentunternehmen, verfügt über umfassende Erfahrungen in Managementconsulting und Corporate Finance. Seit der Gründung im Jahr 2002 hat Advicum hunderte Projekte von über 150 Kunden betreut und in die Realität umgesetzt. Spezialisiert ist das Unternehmen auf Transformations-Management, die Veränderung von Strategien, Strukturen, Abläufen, Denk- und Handlungsmustern in einem Unternehmen, um dieses deutlich wettbewerbsfähiger zu machen. Besonders aktuell in diesem Zusammenhang ist die Verknüpfung von „Old & New Economy“, insbesondere durch Automatisierung und Digitalisierung. Die Branchenschwerpunkte liegen in den Bereichen Immobilienwirtschaft, Industrie, Handel und im Public Sector.

Wien, 28. August 2019

Rückfragehinweis:

Advicum Consulting GmbH
Bauernmarkt 10/16
1010 Wien
Tel.: +43 (1) 236 1116 0
office@advicum.com

PR-Büro Halik
Tel.: +43 (2266) 67 477
office@halik.at