

Wie viele Baumärkte braucht das Internet?

Online-Shop, virtueller Baumarkt, Portal - die Etiketten für Internet-Konzepte wechseln schnell. Doch ist auch wirklich Neues darunter? – ein Kommentar von Dipl.-Volkswirt Thomas Vehmeier - 27.06.2000

Nach einer Zeit allgemeiner Konzeptlosigkeit steht für die Mehrheit der Einzel- und Großhändler mittlerweile fest: wir müssen ins Internet! In der DIY-Branche haben Online-Baumärkte wie "heimwerker.de" oder "hobbyweb" das Geschäftsmodell des großen Vorbilds Amazon nachgebaut. Andere folgen.

Doch kann das Internet die Lösung aller Probleme für den Einzelhandel im Baustoffhandel und in den Baumärkten bringen? Der gesamte Handel leidet seit Jahren unter dem ungeheuren Wettbewerbsdruck und einem dramatischen Verfall der Margen bei zum Teil steigenden Kosten.

Eine unerfreuliche Tatsache ist, dass auch das Internet diese seit Jahren stagnierende Nachfrage nicht erhöhen kann. Zumal die derzeitigen Internet-Konzepte in unserer Branche lediglich elektronische Kopien stationärer Geschäftsmodelle sind. Mittlerweile gilt Amazon bei vielen eher als gigantische Geldvernichtungsmaschine, denn als Hoffnungsträger. Neueste Meldung: Die Österreich-Tochter von C&A stellt den Vertrieb via Internet ein.

Wer heute noch einen Online-Baumarkt eröffnen möchte, sollte daher prüfen, ob er sich ein schlüssiges Logistik-Konzept und den Aufbau einer starken

Internet-Marke zutraut. Ohne starke Handelsmarke ist man dem zu erwartenden Preiskrieg im Punktmarkt Internet, bei dem jedes Angebot in unmittelbarer Nachbarschaft zum Wettbewerb steht, schonungslos ausgeliefert. Milderung können hier nur durch Synergien erwachsen, die sich aus Allianzen bestehender Präsenzen im stationären und virtuellen Handel ergeben.

Möchte man diesen Krieg nicht führen, muss man den Kunden qualitative Vorteile bieten. In Deutschland fehlen derzeit noch intelligente Web-Anwendungen, die gegenüber dem Laden greifbare Vorteile in der Beratung haben. Dazu ist eine radikale Sicht auf die Prozesse beim Heimwerker-Kunden vonnöten. Der Händler, der auch Online zum Berater seiner Kunden wird, hat eine reelle Überlebenschance. Handel ist dabei eigentlich nur Nebensache!

Dipl.-Volkswirt Thomas Vehmeier entwickelt für den Handel Strategien für die Transformation stationärer Geschäftsmodelle in die New Economy. Seine Internet-Adresse lautet <http://www.vehmeier.com>.