



Aha!

Mittlerweile gibt es bei einigen Discounter auch Markenartikel zu kaufen. Umgekehrt bieten auch Supermärkte ihre günstigen Eigenmarken an.

Convenience: Der englische Begriff für Bequemlichkeit und Komfort umschreibt, was der Käufer von heute will: gute Erreichbarkeit, schnelles Auffinden der Artikel, usw.



Beispiele

MediaMarkt, Bauhaus

Supermärkte bieten auf einer großen Verkaufsfläche Lebensmittel und ergänzende Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung an, wie z. B. Kosmetik, Haushaltsgeräte oder Spielwaren.



Beispiel

INTERSPAR-Märkte haben eine Verkaufsfläche von 2 500 bis 6 000 m². Neben Bedienungsabteilungen, z. B. für Fleisch und Wurstwaren, gibt es hauptsächlich Selbstbedienungsbereiche.

Diskonter verkaufen Produkte zu niedrigen Preisen. Das Sortiment umfasst Lebensmittel und sonstige Produkte des Alltagsbedarfs, z. B. Saisonartikel oder Möbel. Die Ausstattung ist meist einfach, Bedienung und sonstige Nebenleistungen werden nicht angeboten.



Beispiele

Lidl, Möbelix, Penny, TEDi

In einem **Einkaufszentrum** befinden sich unterschiedlichste Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe unter einem Dach. Ziel von Einkaufszentren ist es, dem Kunden eine Erlebniswelt zu bieten. Die Bedürfnisse der Konsumenten nach Erlebnis und einer Wohlfühlatmosphäre werden mit der Freizeit und dem Einkauf verknüpft. Aufgaben wie z. B. Werbung, Bewachung und Reinigung werden zentral organisiert.



Beispiele

Shopping City Süd (SCS), Plus City Pasching

Convenience-Stores sind kleinflächige Geschäfte, die nur wenige Produkte anbieten. Der Schwerpunkt des Convenience-Marktes liegt auf dem Lebensmittelbereich (Obst, Snacks, Fertiggerichte, Backwaren, Getränke usw.). Zusätzlich werden andere Produkte wie Zeitungen, Zeitschriften, Tabakwaren und Souvenirs angeboten. Convenience Stores haben meist höhere Preise und lange Öffnungszeiten (24 Stunden).



Beispiele

- Tankstellenshops (z. B. „BILLA Stop & Shop“ bei Jet-Tankstellen)
- Kioske
- Bahnhofsshops



In einem **Factory-Outlet-Center** bieten mehrere Markenartikelhersteller ihre Produkte an. Die Produkte sind dabei deutlich günstiger als im Einzelhandel. Oftmals handelt es sich um Produkte aus älteren Kollektionen, Auslaufmodelle oder Produktionsüberschüsse.



Beispiele

Designer Outlet Parndorf, Designer Outlet Salzburg

Pop-up-Stores sind kleine Geschäfte, die vorübergehend in leerstehenden Geschäftsräumen betrieben werden. Durch das plötzliche Auftauchen des Geschäftes soll die Marke mittels Mundpropaganda ins Gespräch kommen.

to pop up (engl.) = plötzlich auftauchen



Beispiel: Zimtschnecken und Coffee to go

In der Linzer Innenstadt gab es für kurze Zeit einen Pop-up-Store, in dem Zimtschnecken und Kaffee verkauft wurden. Diese gab es vor allem zum Mitnehmen. Ein paar kleine Stehtische im Geschäft luden aber auch zum kurzen Verweilen ein.

3.1.2 Versandhandel (Distanzhandel)



DAS SOLLTEN SIE SPEICHERN

Beim **Versandhandel** erfolgt die Bestellung der Kunden aus der Distanz (z. B. via Internet), während die Waren zu den Kunden nach Hause geliefert werden.

Beim **klassischen Versandhandel** wählen die Kunden die gewünschten Produkte aus einem zugesandten Katalog oder aus dem Internet. Bestellen können die Kunden entweder über das Internet, per Telefon oder per Post mit Bestellformularen.



Beispiele

OTTO Versand, Bader Versand

Beim **Teleshopping** präsentieren Handelsbetriebe ihre Produkte im Fernsehen. Die Präsentation erfolgt während der Werbepausen, in eigenen Shows bzw. auf reinen TV-Shopping-Kanälen.



Beispiele

MediaShop, HSE24, Sonnenklar TV

Das Verkaufen von Produkten und Dienstleistungen über das Internet bezeichnet man als **elektronischen Handel (E-Commerce)**. Folgende Formen des E-Commerce haben dabei im Einzelhandel Bedeutung:



Unternehmenseigene Onlineshops

Ein Onlineshop (Webshop) ist eine Internet-Vertriebsplattform, über die Produkte und Dienstleistungen online angeboten werden. Da Produkte im Internet nicht vorab ausprobiert werden können, ist eine gute Produktpräsentation sehr wichtig.

Virtueller Marktplatz (Shoppingplattform)

Auf elektronischen Verkaufsplattformen werden die Angebote unterschiedlicher Anbieter unter einer Domain verfügbar gemacht. Der Betreiber des virtuellen Marktplatzes übernimmt dabei verschiedene Aufgaben wie z. B. die Abwicklung von Zahlungen für die Händler.



Beispiel

Amazon zählt international zu den führenden Shoppingplattformen. Amazon vertreibt selbst Produkte, bietet jedoch auch Unternehmen und Privatpersonen die Möglichkeit, ihre Produkte über die Plattform anzubieten.



Der Online-Versandhandel hat den gedruckten Werbekatalog als das klassische Kommunikationsinstrument längst verdrängt. Viele Versandhäuser bieten ihre Produkte nur noch online an. Der Otto-Versand brachte Anfang 2019 seinen letzten gedruckten Katalog heraus.



Das Potenzial des Einzelhandels liegt im „Multi-Channeling“, also in der Vernetzung traditioneller mit elektronischen Verkaufskanälen. Mehr dazu erfahren Sie im Abschnitt „4 Erfolgsfaktoren im Handel“.



Diskutieren Sie in der Klasse über die Vorteile und Nachteile von Internetplattformen für Händler und Konsumenten.