



---

**Es gilt das gesprochene Wort!**

Sperrfrist: 15. April 2010, 14:30 Uhr

## Grußwort

der  
Bayerischen Staatssekretärin  
für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

## Katja Hessel

anlässlich

des IHK-Forums Handel 2010

am 15. April 2010  
Regensburg

**Sehr geehrter Herr Präsident,**  
(Peter Esser, Präsident der IHK Regensburg)

**sehr geehrter Herr Steininger,**  
(Moderator)

**sehr geehrte Referenten,**

**meine sehr verehrten Damen und Herren!**

## **Einleitung**

Ich danke Ihnen für die Einladung zum IHK-Forum Handel 2010 und für die freundliche Begrüßung! Ich bin sehr gerne zu Ihrer Veranstaltung gekommen. Denn heute geht es um ein besonders wichtiges Thema: die **Zukunft des Einzelhandels in Ostbayern**. Der IHK Regensburg gebührt Lob und Anerkennung dafür, Herr Präsident, dass sie sich dieser bedeutenden Frage annimmt.

## **Handel ist Wandel**

**Handel ist Wandel.** Dieses Schlagwort leitet die Einzelhandels-Studie ein, die **Frau Wagner** und Herr Professor Klein für die IHK Regensburg erstellt haben. Gemeinsam werden sie uns heute detailliert über die Entwicklungen des Einzelhandels im IHK-Bezirk informieren. **Herr Eggert** wird Ihre Ausführungen aus seiner Kölner Perspektive ergänzen.

## **Wandel in allen Wirtschaftsbranchen**

**Der strukturelle Wandel ist allgegenwärtig**, nicht nur im Handel. **Sämtliche Wirtschaftsbranchen** sind im Zeitalter der Globalisierung und des atemberaubenden technischen Fortschritts einem beständigen Wandel unterworfen.

## **Prognosen unsicherer**

In Umbruchzeiten, wie wir sie derzeit erleben, sind auch **Wirtschaftsprognosen schwieriger und unsicherer** geworden:

- Die Wucht **der globalen Wirtschafts- und Finanzkrise** haben nur wenige in diesem Umfang vorhergesehen.
- Und noch vor zwei Jahren hätte niemand damit gerechnet, dass ein **Mitgliedstaat der Europäischen Union an den Rand der Zahlungsunfähigkeit** geraten würde.

**Die Referenten der heutigen Veranstaltung wagen dennoch einen Blick nach vorne.**

Das ist gut so. Denn für den Einzelhandel ist es wichtig, sich mit seinen zukünftigen Perspektiven auseinanderzusetzen.

## Demographie klar prognos- tizierbar

Einige Entwicklungslinien sind heute schon klar erkennbar: Ein wesentlicher zukunftsgestaltender Faktor, auf den sich der Einzelhandel einstellen muss, ist der **demographische Wandel**. Wie vieles hat auch diese Entwicklung **zwei Seiten**:

- Zum einen fallen die **heute nicht geborenen Kinder** in einigen Jahren auch als Kunden aus. Auch Bayern wird vom Bevölkerungsrückgang nicht verschont bleiben.
- Die andere, positive Seite ist die **höhere Lebenserwartung**. Der Einzelhandel wird davon profitieren: Denn wer länger gesund lebt, kauft auch länger ein.

## Rahmenbedin- gungen Einzel- handel

Zurück zur Gegenwart, meine Damen und Herren. Wir alle wissen um die **schwierigen Rahmenbedingungen im Einzelhandel**. Geringes Marktwachstum einerseits, hoher Wettbewerbsdruck andererseits kennzeichnen die Branche seit langem.

## Situation des Einzelhandels 2009

Aber ich will nicht schwarzmalen. **Gerade im vergangenen Jahr** hatte der **Einzelhandel** für die bayerische Wirtschaft eine **stabilisierende Funktion**. Die Wirtschaftsleistung ist 2009 in

Bayern ebenso wie in Deutschland insgesamt um real 5 % zurückgegangen. Im Vergleich dazu wirkt das **Umsatzminus im klassischen Einzelhandel von etwa 2 %** beinahe moderat. In anderen Branchen, wie z. B. der Industrie, war der Einbruch wesentlich dramatischer.

### **Aussichten für 2010**

Moderat sind aber auch die Aussichten für das **laufende Jahr**. Im Einzelhandel wird es vermutlich nur für eine Stagnation reichen.

Auf der belastenden Seite stehen die **Unsicherheiten am Arbeitsmarkt**, bei den **Energiepreisen** und damit insgesamt beim **verfügbaren Einkommen** der Konsumenten.

Auf der positiven Seite stehen die Verbesserungen, die die schwarz-gelbe Koalition im **Wachstumsbeschleunigungsgesetz** umgesetzt hat. Vor allem mit der Erhöhung des Kindergeldes und des Kinderfreibetrages hat es Spielräume für mehr Konsum eröffnet.

### **Steuerliche Entlastungen notwendig**

Um die positiven Kräfte zu stärken, müssen sich an dieses erste Signal weitere steuerliche Entlastungsschritte anschließen: Vor allem die **kalte Progression** muss reduziert und der **Mittelschichtbauch** abgeflacht werden.

Das steht nicht nur im **Berliner Koalitionsvertrag**. Das ist auch ein Gebot **wirtschaftspolitischer Vernunft**. Erst vor kurzem hat der **IWF** Deutschland aufgefordert, seine **Binnennachfrage zu stärken**, auch um damit die Wirtschaft besser gegen externe Schocks abzusichern. Wir wissen, dass die Spielräume in der Steuerpolitik begrenzt sind. Das ist aber kein Freibrief dafür, nichts zu tun.

### **Aufschwung notwendig**

Ein **nachhaltiger Aufschwung** im Einzelhandel wird sich aber erst dann einstellen, wenn die Menschen wieder mehr Vertrauen in die positive Dynamik unserer Volkswirtschaft gewinnen. Ein **solider selbsttragender Aufschwung** ist die Voraussetzung

- für sichere Arbeitsplätze,
- mehr Konsum **und damit**
- für bessere Zeiten im Einzelhandel.

Trotz der herben Einbrüche im vergangenen Jahr bin ich dabei **für Bayern sehr zuversichtlich**. Wir haben die Angebote, die die globalen Märkte verlangen. Unsere Wirtschaft wird auch in den kommenden Jahren entscheidend zu Wachstum und Wohlstand im Freistaat beitragen.

Diese Stärken müssen wir ausbauen. Deshalb werden Wirtschaftsminister Zeil und ich an unserer **Politik zur Sicherung und Stärkung des Wirtschaftsstandortes Bayern** festhalten.

Wir wollen

- die Erschließung stark wachsender **Auslandsmärkte** weiter forcieren,
- die **Innovationskraft** der bayerischen Wirtschaft weiter erhöhen und
- die **Wettbewerbsfähigkeit** vor allem **der kleinen und mittelständischen Betriebe** nach Kräften stärken.

Ich bin überzeugt: **Mit dieser Strategie ist Bayern gut gerüstet für neues Wachstum.** Dennoch müssen wir wachsam bleiben. Denn trotz sich mehrender positiver Konjunktursignale sind die **Risiken nach wie vor höher** als zu normalen Zeiten.

Meine Damen und Herren!

**Erfolgsstrategien im Einzelhandel**

Sie können und wollen **auch selber etwas bewegen.** Deshalb sind Sie heute zum Forum Handel der IHK Regensburg gekommen.

Sie sind aufgeschlossen für neue und gute Ideen, um sich offensiv den zukünftigen Trends zu stellen. Gerade für **mittelständische Einzelhändler** ist das ausgesprochen wichtig. Nur so können Sie sich angesichts der expansiven Marketingstrategien großer Konzerne am Markt behaupten.

### **Studie des StMWIVT**

Wir haben in einer **aktuellen Studie** die Frage untersuchen lassen, wie sich der mittelständische Facheinzelhandel in dieser Situation am besten positionieren kann. „**Von den Besten lernen**“ – unter diesem Motto hat die BBE-Handelsberatung GmbH **Best-Practice-Unternehmen** zu ihren Erfolgsstrategien befragt. Lassen Sie mich die wesentlichen Ergebnisse kurz zusammenfassen:

### **Ergebnisse der Studie**

Das Wichtigste vorweg: Für den Erfolg im Einzelhandel gibt es **kein Patentrezept**. Die Befragungsergebnisse deuten vielmehr auf eine **starke Vielfalt** der unternehmerischen Erfolgsstrategien.

Natürlich gibt es gewisse **Grundregeln**, die Sie alle kennen:

- Dazu gehört das **Controlling**. Es hilft dem erfolgreichen Einzelhändler, das Bauchgefühl mit harten Fakten zu unterlegen.
- Auch das **Personalmanagement** spielt eine wesentliche Rolle. Leistungsfähige und motivierte Mitarbeiter sind der Schlüssel für eine hohe Kundenzufriedenheit.
- Vor allem aber geht es um **Schnelligkeit und Flexibilität**. Sie sind die beiden Trümpfe in der Auseinandersetzung mit Großbetrieben.

## Entscheidende Erfolgsstrategie

Die **entscheidende Erfolgsstrategie** sehen die Autoren jedoch in einer **unverwechselbaren Positionierung im lokalen Markt**. Nur wenn sich das Unternehmen **klar positioniert**, ist die Gefahr der Austauschbarkeit gebannt.

Um dort hinzukommen, empfehlen die Autoren einen **strukturierten Prozess**,

- der mit der sorgfältigen Analyse der Kundenbedürfnisse beginnt und
- mit der Umsetzung konkreter Maßnahmen und deren kontinuierlicher Überwachung endet.

Im Mittelpunkt steht die Frage: **Warum soll ein Kunde gerade bei mir einkaufen und nicht woanders?** Eine überzeugende Antwort darauf weist den Weg zum Erfolg.

### **Verweis auf Studie**

Diese und andere „**Erfolgsstrategien für den mittelständischen Einzelhandel**“ entnehmen Sie bitte unserer Studie. Das Dokument können Sie telefonisch bei uns bestellen oder von der Internet-Seite des Bayerischen Wirtschaftsministeriums herunterladen.

### **Schluss**

Meine Damen und Herren!

Mit der Teilnahme auf dem IHK-Forum Handel 2010 befinden Sie sich auf dem richtigen Weg. Sie werden heute viele wichtige Anregungen erhalten, um Erfolgsstrategien für die Zukunft Ihrer Unternehmen in Ostbayern zu entwickeln.

Ich wünsche dem IHK-Forum einen erfolgreichen Verlauf und Ihnen allen viele gute Gespräche.

**Vielen Dank!**