

Presseinformation

20. Dezember 2016

Einzelhandel 4.0 – (R)evolution einer Branche: Günter Althaus findet deutliche Worte bei Wirtschaftskongress im Bundestag

- **Wirtschaftsvertreter diskutieren mit CDU/CSU-Bundestagsfraktion über Digitalisierung im Einzelhandel**
- **Althaus fordert faire Liberalisierung und politische Agenda**
- **Tatendrang und Innovationsgeist bei Händlern ein Muss**

Berlin, 20. Dezember 2016 – Auf einem Kongress der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag richtete Günter Althaus, Präsident des Mittelstandsverbands ZGV und Vorstandsvorsitzender der ANWR GROUP eG, deutliche Worte an die Teilnehmer. Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und Behörden, darunter Günther Oettinger, EU-Kommissar für Digitale Wirtschaft und Gesellschaft, Volker Kauder, Vorsitzender der CDU/CSU-Fraktion im Deutschen Bundestag, und Andreas Mundt, Präsident des Bundeskartellamts, waren im Rahmen der Reihe „Wirtschaftsgespräche der CDU/CSU-Bundestagsfraktion“ zum Thema „Einzelhandel 4.0 – (R)evolution einer Branche“ zusammengekommen. Althaus' Appell galt der Politik, aber auch seinen eigenen Mitstreitern. Insbesondere bei der Liberalisierung des Marktes, Chancengleichheit und Regulierungen gäbe es auf allen Seiten noch massiven Handlungsbedarf.

„Bitte denken Sie an die kleineren und mittleren Unternehmen, weil die Grundvoraussetzungen für die Transformation ganz andere sind als bei den großen, grenzüberschreitenden Unternehmen, die ganz andere Entwicklungsmöglichkeiten haben“, sagt Althaus. Trotz der sehr unterschiedlichen Herausforderungen müssen für alle Unternehmensgrößen passende Grundlagen geschaffen werden. „Sie müssen klar Position beziehen! Die Politik muss eine eigene Agenda für die digitale Transformation im Mittelstand erarbeiten“, lautet der deutliche Appell. Ein wichtiger Punkt ist für Althaus vor allem die Liberalisierung des Marktes, die derzeit vorrangig für den Onlinehandel gilt, nicht aber für den stationären Einzelhandel vorangetrieben wird. Ein Beispiel dafür sind die Ladenöffnungszeiten. Während knapp 40 Prozent aller Onlinetransaktionen nach Ladenschluss und am Sonntag getätigt werden, müssen Geschäfte in Deutschland, abgesehen von wenigen Ausnahmen, zu dieser Zeit die Türen geschlossen halten. Der Aufruf geht auch an den Präsidenten des Kartellamts: „Online drohen marktbeherrschende Unternehmen zu entstehen, das ist eine Wettbewerbsbeschränkung des stationären Handels. Damit dieser überleben kann, müssen wir Chancengleichheit ermöglichen.“ Der Applaus nach Althaus' deutlichen Worten zeigt, dass er den Nerv des Handels trifft und seitens der Politik und Behörden massiver

Kontakt:

Unternehmenskommunikation der ANWR GROUP

Jenny Bleilefens, +49 6182 928-3115 – E-Mail: jenny.bleilefens@anwr.de

ANWR GROUP eG, Nord-West-Ring-Straße 11, D-63533 Mainhausen, www.anwr-group.com

Presseinformation

Handlungsbedarf besteht. Derzeit fehle es an geeigneten Programmen und Mitteln, um die digitale Transformation voranzutreiben, das müsse sich schleunigst ändern, so Althaus weiter. Den Ansatz, Onlinegeschäftsmodele einzuschränken und stärker zu regulieren, teilt Althaus dennoch nicht. Klüger sei es, sich von den Techniken und Strukturen der Großen etwas abzuschauen und von ihnen zu lernen, als sie als reine Konkurrenten zu verteufeln.

Digitalisierung ist Chefsache

Gleichzeitig appelliert Althaus an die Tatkraft und den Innovationsgeist der Einzelhändler selbst. „Vor der digitalen Transformation stehen eine Strategie und eine Unternehmensentwicklung. Daher ist das, was vor uns liegt, in erster Linie Aufgabe der Geschäftsführer, nicht des IT-Personals.“ Koketterie und ein laxer Umgang mit dem Thema sind fehl am Platz und senden auch an die Mitarbeiter falsche Signale. Die Auseinandersetzung mit dem Thema ist unerlässlich, das Rad muss allerdings niemand neu erfinden. Nicht jedes analoge Modell muss abgeschafft werden, nur weil es seit Jahren funktioniert. Gleiches gilt für digitale Geschäftsmodelle, die keinen sofortigen Erfolg erzielen. Das heißt aber auch, nicht jeden digitalen Hype mitzumachen. Digitale Transformation statt Revolution: Digitale und analoge Technologien und Modelle müssen sinnvoll miteinander verknüpft und in bestehende Strukturen integriert werden. Dafür ist das Onlineangebot [schuhe.de](https://www.schuhe.de) ein gutes Beispiel, das beim Kongress sogar Lob aus dem Teilnehmerkreis erfahren hat. Als bislang einzigartiges Konzept für den Fachhandel vereint es die Stärken von Online- und stationärem Handel auf einer gemeinschaftlichen Plattform. Um mittelstandsnahe Entwicklungen zu fördern, weist Althaus zudem auf notwendige Änderungen in der Förderungssystematik der öffentlichen Hand hin: „Wir brauchen nicht nur Fördermittel für technologische Innovation, wir brauchen sie auch für die Entwicklung neuer Geschäftsprozesse zur Weiterentwicklung der bestehenden Handelsstrukturen“.

Die Veranstaltungsreihe „Wirtschaftsgespräche“ der CDU/CSU-Bundestagsfraktion bietet seit 2015 Raum zur Diskussion rund um verschiedene Zukunftsthemen. Im Mittelpunkt jedes Kongresses steht die Frage, wo die Zukunftschancen der deutschen Wirtschaft liegen und wie die Politik vernünftige Rahmenbedingungen für eine starke ökonomische Entwicklung schaffen kann.

Ein Video zur Veranstaltung „Einzelhandel 4.0“ wird hier zur Verfügung gestellt: https://www.youtube.com/watch?v=G8IM1tGfr_w&t=6153s

Weitere Informationen zur ANWR GROUP sind unter anwr-group.com abrufbar.

Kontakt:

Unternehmenskommunikation der ANWR GROUP

Jenny Bleilefens, +49 6182 928-3115 – E-Mail: jenny.bleilefens@anwr.de

ANWR GROUP eG, Nord-West-Ring-Straße 11, D-63533 Mainhausen, www.anwr-group.com

Presseinformation

Über die ANWR GROUP

Die ANWR GROUP eG mit Zentrale in Mainhausen (Hessen) gehört zu den erfolgreichsten und umsatzstärksten Handelskooperationen für den Schuh-, Sport- und Mode-/Lederhandel in Europa. Der genossenschaftlich organisierte Konzern vernetzt Hersteller und Handel, optimiert Prozesse, generiert Marketingplattformen für den selbständigen Einzelhandel und implementiert innovative Lösungen für die Zukunft des Handels. Zur ANWR GROUP zählen nationale und internationale Marken wie QUICK SCHUH, Handelsunternehmen wie Schuh Mücke oder der Handelsverband SPORT 2000. Über die eigenen Finanzdienstleister DZB BANK und AKTIVBANK bietet die ANWR GROUP außerdem Financial Services für die Warenströme des Handels sowie Mittelstand und Handwerk. Ein Fokus der ANWR GROUP liegt heute darin, den Handel von den Möglichkeiten der Digitalisierung profitieren zu lassen. Zielsetzung dabei ist es, die Konzepte des stationären Einzelhandels mit dem Geschäftsmodell des E-Commerce in Einklang bringen und so die Zukunftsfähigkeit und Wettbewerbsstärke im Handel zu sichern. Die ANWR GROUP hat 6.000 angeschlossene Händler und beschäftigt selbst rund 600 Mitarbeiter. Mit der ANWR Kinderhilfe setzt sich das Unternehmen für benachteiligte Kinder und Jugendliche ein. Vorstandsvorsitzender ist Günter Althaus.

www.anwr-group.com

Kontakt:

Unternehmenskommunikation der ANWR GROUP

Jenny Bleilefens, +49 6182 928-3115 – E-Mail: jenny.bleilefens@anwr.de

ANWR GROUP eG, Nord-West-Ring-Straße 11, D-63533 Mainhausen, www.anwr-group.com