

Strukturwandel im Einzelhandel

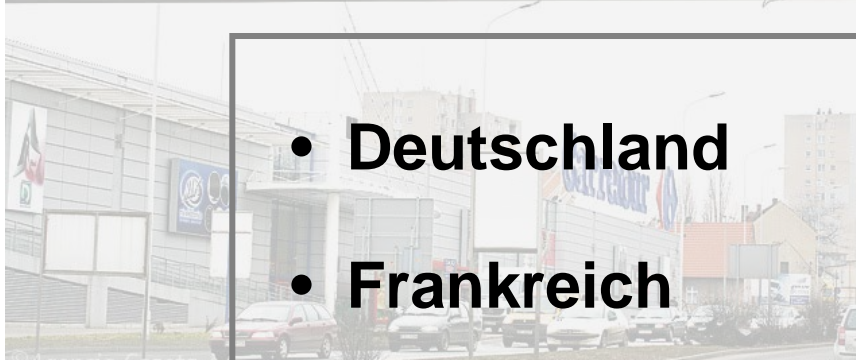
Grenzen einer Europäisierung

Konferenz
Europäischer Binnenmarkt
und die Entwicklung des
Wettbewerbs in Deutschland
Hamburg
12. November 2009

Michael Wortmann

School of Management
www.som.surrey.ac.uk

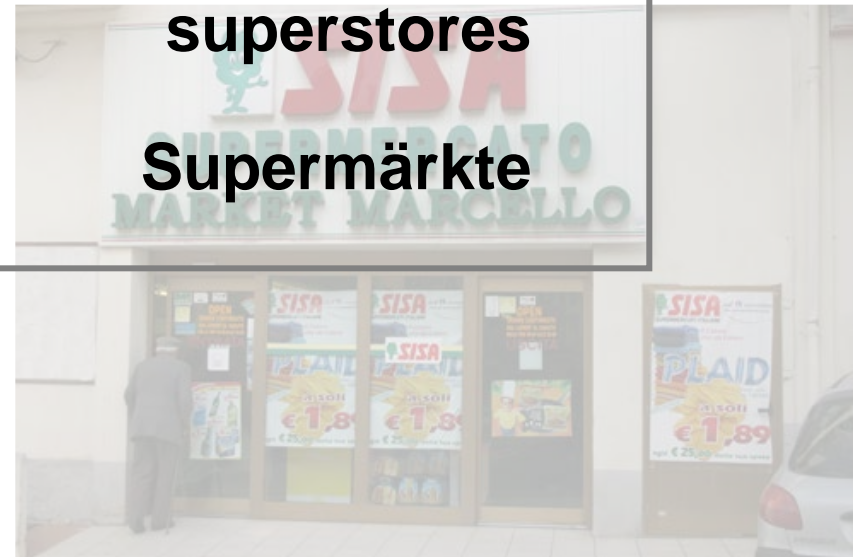
Dominante Formate im LEH



- Deutschland
- Frankreich
- Großbritannien
- Italien



Discounter
Hypermärkte



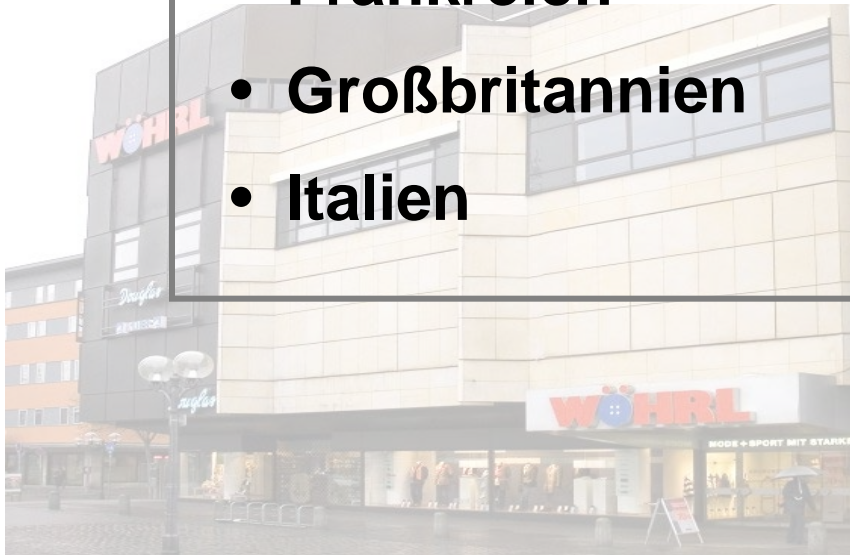
superstores
Supermärkte

Formate im Bekleidungshandel



... mit überdurchschnittlicher Bedeutung:

- Deutschland
- Frankreich
- Großbritannien
- Italien



Modehäuser
Hypermärkte



Vertikale
Unabhängige

Verkaufsfläche pro Kopf

	GfK 2008	BAG 2006
Deutschland	1,40	1,41
Frankreich	1,05	0,96
Großbritannien	1,10	0,82
Italien	0,97	1,22

Hintergrund in Deutschland

- Mittelstandstradition
- Baunutzungsverordnung 1968
 - begrenzt Wachstum der Großflächen außerhalb der Stadtzentren (Ausnahmen: Möbel, DIY)
 - kaum Restriktionen für Geschäfte unter 800 qm
- > Lebensmittel: Dominanz der Discounter (>40% Marktanteil)
- > Bekleidung: breiter Mix (auch wg. mittelständischer Lieferanten)
- > Möbel, DIY: Großflächen

... in anderen Ländern

- Italien: - starke Mittelstandstradition
- rigide Regulierung (bis 1998)
- Frankreich: - verschiedene Versuche eher unwirksamer
Regulierung
- UK: - nur 'guidance' durch Zentralregierung
- kein (steuerliches) Interesse lokaler
Regierungen and Handelsansiedlungen

- Einzelhandel ist in-situ Dienstleistung
- Einzelhandel stand nicht im Zentrum des Interesses
- Viele Regulierungen sind national/lokal:
 - Raumplanung (vgl. oben)
 - Ladenschlussgesetze
 - Lieferantenbeziehungen (vertikaler Wettbewerb)
- Indirekter Zusammenhang:
 - Europäisierung der Lieferanten

Ausl. Handelsunternehmen in DE

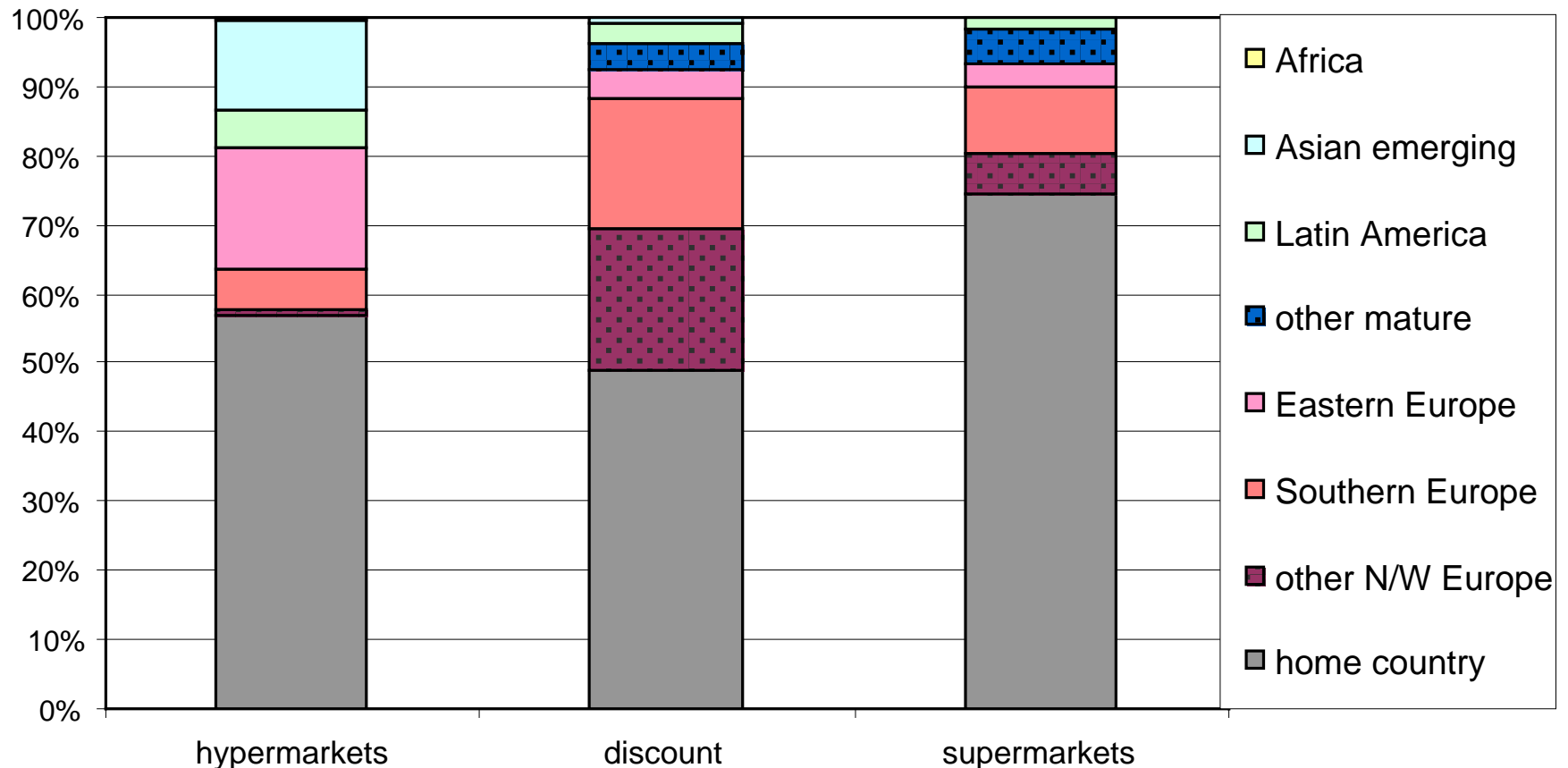
			Markteintritt	Umsatz Mio. € 2007/8	Filialen
Bekleidung:	C&A	NL	1911	2954	445
	H&M	SE	1980	2476	339
	Vögele	CH	1979	337	326
	Orsay/Pimkie	FR	1975	336	418
	Inditex (Zara)	ES	1993	309	71
Möbel	Ikea	SE	1974	3200	43
	Lutz	AT	1990	1750	36
Spielwaren:	Toys"R"Us	US	1987	300	58
Optik:	Apollo Optik	NL	1998	300	250
Lebensmittel:	Netto (Nord)	DK	1990	990	250
Variety:	Woolworth	US	1927	820	315

Internationalisierung: LEH

Store count der 16 größten europäischen Lebensmittelhändler

	total	home country	other N/W Eur	Southern Eur.	Eastern Eur.	other DCs	Latin Aamerica	Asian LDCs	Africa
Carrefour	14991	5515	658	6701	360	7	1097	535	8
Auchan	2480	545	1	1720	90	-	-	124	-
Casino	9556	8119	315	-	-	-	959	114	49
Intermarché	3942	3464	65	245	168	-	-	-	-
Leclerc	609	540	-	50	19	-	-	-	-
Metro	2221	1259	323	275	305	3	0	49	7
Aldi	8550	4200	2680	170	50	1450	-	-	-
Schwarz Gr.	7980	3360	3100	750	770	-	-	-	-
Rewe	12719	9492	1917	347	862	-	-	-	-
Tengelmann	7707	5990	317	361	633	406	-	-	-
Edeka	9711	9711	-	-	-	-	-	-	-
Tesco	3729	2115	167	-	580	178	-	689	-
Sainsbury's	788	788	-	-	-	-	-	-	-
Morrisons	375	375	-	-	-	-	-	-	-
Ahold	3225	2199	-	-	321	705	-	-	-
Delhaize Gr.	2539	738	-	153	22	1570	-	56	-

Geographische Verteilung der outlets der 16 größten nach Formaten



Internationalisierung: LEH

Supermärkte: - multi-channel Strategie
- border hopping / cultural proximity
- Holding-Strategie (in USA)

Hypermärkte: - adaptive Strategie in schwach
entwickelten Märkten

Discounter: - integrative Strategie in Europa