

Abstract

Die vorliegende Bachelorarbeit untersucht die Auswirkungen des wachsenden E-Commerce auf das traditionelle Einzelhandelsgeschäft in Deutschland. Angesichts des anhaltenden Booms des Online-Handels ist es entscheidend zu verstehen, wie traditionelle Einzelhändler auf diese Veränderungen reagieren und welche Strategien sie anwenden, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Studie basiert auf einer umfassenden Literaturanalyse sowie auf Interviews mit Managern und Entscheidungsträgern ausgewählter Einzelhandelsunternehmen in Deutschland. Es wurden qualitative Daten gesammelt, um Einblicke in die Strategien, Herausforderungen und Chancen zu gewinnen, mit denen traditionelle Einzelhändler konfrontiert sind.

Die Ergebnisse zeigen, dass der E-Commerce eine bedeutende Herausforderung für das traditionelle Einzelhandelsgeschäft darstellt, da er zu veränderten Kundenverhalten, einer verstärkten Preiskonkurrenz und einem erhöhten Druck auf die Rentabilität führt. Allerdings zeigen die Interviews auch, dass erfolgreiche Einzelhändler Wege gefunden haben, sich anzupassen und die Chancen des Online-Handels zu nutzen, indem sie beispielsweise Omnichannel-Strategien implementieren und ihre Kundenbindung stärken. Diese Studie verdeutlicht die Notwendigkeit für traditionelle Einzelhändler, sich den Herausforderungen des E-Commerce anzupassen und innovative Strategien zu entwickeln, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Durch eine Kombination aus traditionellen und digitalen Vertriebskanälen können Einzelhändler erfolgreich die Vorteile des E-Commerce nutzen und gleichzeitig ihre Kundenbeziehungen stärken.