

STUDIE: EU-GROSS- UND EINZELHANDEL BENÖTIGT BIS 2030 BIS ZU
600 MRD. EURO INVESTITIONEN IN NACHHALTIGKEIT,
DIGITALISIERUNG UND FÄHIGKEITEN

Düsseldorf, 25.10.2022: Nachhaltigkeit, Digitalisierung und die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter:innen sind die drei großen Herausforderungen für den Groß- und Einzelhandel in der EU. Um dem veränderten Verbraucherverhalten gerecht zu werden, die Branche klimaneutral zu machen und auf das Wachstum des eCommerce zu reagieren, müssen die Unternehmen aus der Handelsbranche in der EU bis 2030 jedes Jahr 0,8 bis 1,6 Prozent ihres Umsatzes zusätzlich und damit zwischen 315 und 600 Mrd. Euro investieren.

Das sind Kernergebnisse der Studie "**Transforming the EU retail & wholesale sector**" die McKinsey & Company gemeinsam mit EuroCommerce durchgeführt hat. Für die Studie befragten McKinsey und EuroCommerce 24 Unternehmen, darunter einige der größten Groß- und Einzelhandelsunternehmen in der EU in den verschiedenen Teilssektoren, wie Lebensmittel, Möbel, Bekleidung, Elektronik und Drogerie.

"Die dreifache Transformation ist eine große Herausforderung für die Branche, aber auch eine Chance für alle – sowohl die Groß- und Einzelhändler als auch die Verbraucher:innen und die Wirtschaft der EU. Sie kann einen schneller wachsenden, umweltfreundlicheren und produktiveren Sektor hervorbringen, der ein breiteres, nachhaltigeres und kundenfreundlicheres Angebot für Konsument:innen bereithält", sagt Daniel Läubli, Senior Partner und Handelsexperte bei McKinsey.

Investitionslücke in Europa kann zur Belastung werden

Derzeit investieren die Unternehmen aus dem EU-Groß- und Einzelhandel jedoch weniger als die Handelsunternehmen in anderen Regionen (3,6 Prozent in der EU gegenüber 6,7 Prozent in Nordamerika für große Unternehmen), so dass die Investitionslücke zu einer verringerten Wettbewerbsfähigkeit des europäischen Groß- und Einzelhandels führen könnte. Weitere Herausforderungen wie die Rekordinflation, die in die Höhe schießenden Energiepreise, Unterbrechungen der Lieferkette, der Krieg in der Ukraine und die weiterhin präsente COVID-19-Pandemie, veranlassen viele Unternehmen, Investitionen aufzuschieben, um ihre Rentabilität zu schützen.

Die aktuelle Studie verschafft Einblicke, wie gut die Unternehmen in den drei Transformationsbereichen – Nachhaltigkeit, Digitalisierung sowie Fähigkeiten/Personal dastehen und welche Herausforderungen bis 2030 noch bewältigt werden müssen. Zudem wurden zwei Szenarien entwickelt, welche Investitionen Groß- und Einzelhandel bis 2030 tätigen müssten, um die Ziele und Herausforderungen in allen drei Bereichen zu bewältigen.

Investitionen in Nachhaltigkeit, Digitalisierung sowie Fähigkeiten/Personal

Um die dreifache Transformation von Nachhaltigkeit, Digitalisierung sowie Fähigkeiten/Personal zu schaffen, sollten Groß- und Einzelhandel bis 2030 folgende zusätzliche Investitionen tätigen:

- **Nachhaltigkeit:** Die Branche muss **bis zu 335 Mrd. Euro** investieren, um die Nachhaltigkeit in ihren Wertschöpfungsketten im Einklang mit künftigen Vorschriften voranzutreiben und die Auswirkungen der Energiepreisvolatilität zu verringern. Gleichzeitig sollte der Handel eine aktive Rolle dabei spielen, ein zusätzliches nachhaltigeres Angebot zur Verfügung zu stellen und Konsument:innen dazu zu bewegen, nachhaltiger und gesünder zu konsumieren.
- **Digitalisierung:** Die digitale Transformation wird Investitionen von **bis zu 230 Mrd. Euro** erfordern, damit sich der Sektor zu einer echten Omnichannel-Branche entwickeln kann, die den Kunden ein nahtloses Erlebnis zwischen den verschiedenen Kanälen bietet. Die Investitionen ermöglichen es, die Automatisierung in der gesamten Wertschöpfungskette voranzutreiben, die IT zu modernisieren und Advanced Analytics zur Förderung von Wachstum und betrieblicher Effizienz zu skalieren.
- **Fähigkeiten/Personal:** Groß- und Einzelhandel beschäftigen zusammen 26 Millionen Menschen in der EU. Die Branche steht großen Herausforderungen gegenüber. Einerseits verändern sich bei Training/Ausbildung die Anforderungen immer schneller, andererseits ringt die Branche mit einer großen Fluktuation der Beschäftigten. Die Investitionen in diesem Bereich in Höhe von **25 bis 35 Mrd. Euro** würden durch die erweiterten Fähigkeiten der Mitarbeiter:innen nachgelagert auch einen Beitrag zur Transformation im Bereich Digitalisierung und Nachhaltigkeit leisten.

„Händler können zum Motor der Dekarbonisierung der ganzen Wertschöpfungskette werden und den ökologischen Auftrag nicht nur erfüllen, sondern maßgeblich vorantreiben. Wichtig ist, dass sie bei der dreifachen Transformation entschlossen handeln. Damit können Groß- und Einzelhandel ihre Widerstandsfähigkeit erhöhen und neue Geschäftsmöglichkeiten jenseits des traditionellen Handels erschließen“, sagt Bartosz Jesse, Co-Autor der Studie und Partner bei McKinsey.

Über McKinsey

McKinsey ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung, die Organisationen dabei unterstützt, nachhaltiges, integratives Wachstum zu erzielen. Wir arbeiten mit Klienten aus dem privaten, öffentlichen und sozialen Sektor zusammen, um komplexe Probleme zu lösen und positive Veränderungen für alle Beteiligten zu schaffen. Wir kombinieren mutige Strategien und transformative Technologien, um Unternehmen dabei zu helfen, Innovationen nachhaltiger zu gestalten, dauerhafte Leistungssteigerungen zu erzielen und Belegschaften aufzubauen, die für diese und die nächste Generation erfolgreich sein werden. In Deutschland und Österreich hat McKinsey Büros in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien. Weltweit arbeiten McKinsey Teams in mehr

als 130 Städten und 65 Ländern. Gegründet wurde McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist seit 2021 Bob Sternfels. Managing Partner für Deutschland und Österreich ist seit 2021 Fabian Billing.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de/uber-uns>

About EuroCommerce

EuroCommerce is the principal European organisation representing the retail and wholesale sector. It embraces national associations in 29 countries and 5 million companies, both leading global players such as Carrefour, Ikea, Metro and Tesco, and many small businesses. Retail and wholesale provide a link between producers and 500 million European consumers over a billion times a day. It generates 1 in 7 jobs, providing a varied career for 29 million Europeans, many of them young people. It also supports millions of further jobs throughout the supply chain, from small local suppliers to international businesses. EuroCommerce is the recognised European social partner for the retail and wholesale sector.

Sie haben Rückfragen? Wenden Sie sich bitte an:

Adriana Clemens, Telefon 0211 136-4503,

E-Mail: adriana_clemens@mckinsey.com

www.mckinsey.de/news

Alle Pressemitteilungen im Abo unter <https://www.mckinsey.de/news/kontakt>