IHK-ibi-Handelsstudie 2017

- Fragebogen -

Industrie- und Handelskammer Magdeburg

Regional. Unternehmerisch. Stark.

Jetzt sind Sie gefragt!

Die Digitalisierung stellt gegenwärtig sowohl eine Chance als auch eine Herausforderung für den Einzelhandel dar. Zu diesem Zweck führt ibi research, ein Forschungsinstitut an der Universität Regensburg, zusammen mit zahlreichen IHKn und dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) eine Händlerbefragung durch. Das Ziel dieser Umfrage ist es, herauszufinden, wie der Einzelhandel mit dem Thema Digitalisierung umgeht. Vieles ist in diesem Zusammenhang noch unklar, insbesondere wie sich der Umfang der Digitalisierung in den nächsten Jahren ändern wird und ob dies den Einzelhandel zunehmend unter Druck setzen wird oder eher neue Möglichkeiten bietet. Um diese Fragen beantworten zu können, brauchen wir Sie und Ihre Expertise. Unterstützen Sie durch die Teilnahme an dieser Studie die Forschung und profitieren Sie, indem Sie anhand der Ergebnisse wichtige Schritte für die Zukunft Ihres Unternehmens ableiten können.

Die Ergebnisse der Umfrage werden anschließend in Form einer kostenlosen Studie veröffentlicht.

Die Beantwortung der Fragen dauert ca. 15 Minuten. Ihre Aussagen werden selbstverständlich vertraulich behandelt und anonym.

Den ausgefüllten Fragebogen können Sie bis **28. Juli 2017** per **Fax** an folgende Nummer senden 0941-943-1888, per **E-Mail** an handelsstudie2017@ibi.de oder **postalisch** an ibi research, Dr. Georg Wittmann, Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg.

Gerne können Sie die Fragen unter www.ibi.de/Handelsstudie2017 **online** beantworten.

Falls Sie Fragen haben, wenden Sie sich bitte an Frau Carmen Listl (E-Mail: carmen.listl@ibi.de, Tel.: 0941-943-1920) oder Herrn Dr. Georg Wittmann (E-Mail: georg.wittmann@ibi.de, tel.: 0941-943-1891).

Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme!

1	**Einleitende und allgemeine Fragen**	
1	Über welche Vertriebskanäle verkaufen Sie derzeit Ihre Produkte bzw. Dienstleistungen? (Mehrfachauswahl möglich)	
	Stationäres Ladengeschäft	☐
	Eigener Online-Shop	☐
	Amazon	☐
	eBay	☐
	Anderer überregionaler Online-Marktplatz (z.B. DaWanda, Rakuten)	☐
	Lokaler Online-Marktplatz	☐
	Sonstige Daten (bitte eintragen):	☐
2	Wie verteilt sich der Umsatz Ihres Unternehmens heute auf die folgenden Kanäle? (Bitte verteilen Sie 100% Ihres Gesamtumsatzes auf die verwendeten Kanäle.)	
	Stationäres Ladengeschäft	%
	Eigener Online-Shop	%
	Amazon	%
	eBay	%
	Anderer überregionaler Online-Marktplatz (z.B. DaWanda, Rakuten)	%
	Lokaler Online-Marktplatz	%
	Sonstige Daten (bitte eintragen):	%
3	Wie schätzen Sie die Umsatzverteilung Ihres Unternehmens auf die verschiedenen Kanäle in fünf Jahren ein? (Bitte verteilen Sie 100% Ihres Gesamtumsatzes auf die verschiedenen Kanäle.)	
	Stationäres Ladengeschäft	%
	Eigener Online-Shop	%
	Amazon	%
	eBay	%
	Anderer überregionaler Online-Marktplatz (z.B. DaWanda, Rakuten)	%
	Lokaler Online-Marktplatz	%
	Sonstige Daten (bitte eintragen):	%

2	**Fragen zum Grad der Digitalisierung in Ihrem Unternehmen** Unter Digitalisierung versteht man allgemein die Veränderungen von Prozessen und Objekten durch zunehmenden Einsatz von digitalen Technologien. Im Folgenden wird in drei Bereiche der Digitalisierung differenziert: Digitalisierung Ihrer innerbetrieblichen Abläufe, Digitalisierung der Kundenkommunikation und Digitalisierung Ihres stationären Ladens.	
4	Welche Technologien/Anwendungen haben Sie für innerbetriebliche Abläufe (Back-Office-Abläufe) in Ihrem Unternehmen im Einsatz? (Mehrfachauswahl möglich)	
	Internet zur Abwicklung des eigenen Einkaufs	☐
	Kundenverwaltung (CRM)	☐
	ERP-System (Produktions- und Ressourcenplanung)	☐
	Finanzbuchhaltungssystem	☐
	Warenwirtschaft	☐
	Sonstige Daten (bitte eintragen):	☐
5	Welche der folgenden Punkte haben Sie für Ihre Kundenkommunikation und für das Marketing in Ihrem Unternehmen im Einsatz bzw. nutzen Sie? (Mehrfachauswahl möglich)	
	Internetauftritt:	
	Web-Shop (nicht mobil optimiert)	☐
	Mobil optimierter Web-Shop	☐
	Webseite (ohne Verkaufsfunktion)	☐
	Mobil optimierte Webseite (ohne Verkaufsfunktion)	☐
	Google MyBusiness-Eintrag	☐
	Eigene App (z.B. für Smartphones und Tablets)	☐
	Online Werbung:	
	Suchmaschinenwerbung (SEA)	☐
	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	☐
	E-Mail-Marketing (z.B. Newsletter)	☐
	Social Media:	
	Facebook	☐
	Instagram	☐
	Twitter	☐
	Pinterest	☐
	Sonstige Daten (bitte eintragen):	☐

Falls Sie Ihre Produkte
- (unter anderem) in einem stationären Geschäft verkaufen, fahren Sie bitte mit Frage 6 fort,
- ansonsten fahren Sie mit Frage 7 fort.

6	Mit welchen der nachfolgenden Punkte haben Sie sich in Bezug auf Ihren stationären Laden schon näher beschäftigt? (Antwort nur notwendig, wenn Sie Frage 1 „stationäres Ladengeschäft“ angekreuzt haben)	Davon habe ich noch nie gehört	Davon habe ich bereits gehört	Ich kenne mich damit aus	Wir planen den Einsatz	Wir setzen dies bereits ein
	Virtual Reality/ Augmented Reality (Erweiterung der Realitätswahrnehmung durch spezielle Brillen)	☐	☐	☐	☐	☐
	Virtuelle Regale (Verlängertes Regal / Sortimentserweiterung)	☐	☐	☐	☐	☐
	Digitale Beschilderung (z.B. elektronische Plakate oder Preisschilder)	☐	☐	☐	☐	☐
	Mobiler Assistent über Tablets/ Smartphones	☐	☐	☐	☐	☐
	Online-Verfügbarkeits-Check	☐	☐	☐	☐	☐
	Online Kauf und Vor-Ort-Abholung (Click and Collect)	☐	☐	☐	☐	☐
	Online Reservierung und Vor-Ort-Abholung	☐	☐	☐	☐	☐
	Retourenrückgabe in der Filiale	☐	☐	☐	☐	☐
	Kontaktloses Bezahlen	☐	☐	☐	☐	☐
	Self-Scanning an Kassen	☐	☐	☐	☐	☐
	Interaktiver Spiegel	☐	☐	☐	☐	☐
	Interaktives Schaufenster	☐	☐	☐	☐	☐
	Kostenfreies WLAN	☐	☐	☐	☐	☐
	Einsatz Beacons/ BLE-Technologie	☐	☐	☐	☐	☐
	Technologien zur Lenkung der Kundenlaufwege	☐	☐	☐	☐	☐
	Frequenzmessung	☐	☐	☐	☐	☐
	Sonstige (bitte eintragen):	☐	☐	☐	☐	☐

7	Wie schätzen Sie Ihr Wissen bzgl. des Themas Digitalisierung ein?									
	1 (sehr gering)	2	3	4	5	6	7	8	9	10 (sehr hoch)
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

8	Wie hoch ist der Anteil der Ausgaben für Digitalisierungsmaßnahmen an Ihren gesamten durchschnittlichen jährlichen Investitionen?	
	a) Investitionsanteil (Angabe in Prozent):	☐
	b) Wir haben kein explizit ausgewiesenes Budget dafür	☐
	c) Kann ich nicht beantworten (exklusive Antwort)	☐
	d) Keine Angabe (exklusive Antwort)	☐

Falls Sie Frage 8 mit:
- a) beantwortet haben, fahren Sie bitte mit Frage 9 fort,
- b) beantwortet haben, fahren Sie bitte mit Frage 10 fort,
- c) oder d) beantwortet haben, fahren Sie bitte mit Frage 11 fort.

9	Plant Ihr Unternehmen, den Investitionsumfang in Digitalisierungsmaßnahmen in den nächsten drei Jahren zu ändern? (Antwort nur notwendig, falls in Frage 8 Antwort a)	
	Wir planen, den Umfang nicht zu ändern	☐
	Wir planen, den Umfang zu steigern	☐
	Wir planen, den Umfang zu senken	☐
	Damit haben wir uns noch nicht beschäftigt	☐
	Kann ich nicht beantworten (exklusive Antwort)	☐

10	Warum haben Sie in Ihrem Unternehmen kein gesondertes Budget für Digitalisierungsmaßnahmen? (Antwort nur notwendig, falls in Frage 8 Antwort b)	
	Wir haben generell nicht vor, in Digitalisierungsmaßnahmen zu investieren	☐
	Wir haben dafür keine Mittel	☐
	Wir verwenden allgemeines Budget für Digitalisierungsmaßnahmen	☐
	Wir können kein Budget kalkulieren, da wir nicht genau wissen, in welche Maßnahmen wir investieren sollen	☐
	Sonstiges (bitte eintragen):	☐

11	Gibt es in Ihrem Unternehmen einen Ansprechpartner/Verantwortlichen für das Thema Digitalisierung?	
	Ja, die Geschäftsführung	☐
	Ja, Chief Digital Officer	☐
	Ja, IT-Leiter/in	☐
	Ja, E-Commerce Beauftragter	☐
	Sonstiger (bitte eintragen):	☐
	Nein	☐
	Kann ich nicht beantworten (exklusive Antwort)	☐

12	Existieren in Ihrem Unternehmen Digitalisierungsstrategien oder -projekte?	
	Ja, es gibt dokumentierte Strategien/Projekte	☐
	Ja, es gibt Strategien/Projekte, welche aber nicht dokumentiert sind	☐
	Nein, ist auch nicht geplant	☐
	Nein, ist aber geplant	☐
	Kann ich nicht beantworten (exklusive Antwort)	☐

13	Welche drei Hemmnisse erachten Sie als besonders ausschlaggebend bei der Umsetzung digitaler Maßnahmen in Ihrem Unternehmen? (Bitte wählen Sie maximal drei Antwortmöglichkeiten aus)	
	Anforderungen an die IT-Sicherheit	☐
	Rechtliche Unsicherheit	☐
	Fehlende Kompetenzen/ Know-how der Mitarbeiter	☐
	Fehlende zeitliche Ressourcen	☐
	Verfügbarkeit qualifizierter Mitarbeiter am Arbeitsmarkt	☐
	Fehlende Akzeptanz der Mitarbeiter	☐
	Hohe Investitionskosten	☐
	Fehlende technische Standards und Schnittstellen bei Hard- oder Software	☐
	Fehlender Breitbandanschluss	☐
	Sonstiges (bitte eintragen):	☐

14	Wie gut sehen Sie Ihr Unternehmen für die Herausforderungen der Digitalisierung gerüstet?				
	1 (sehr schlecht)	2	3	4	5 (sehr gut)
	☐	☐	☐	☐	☐

3 Fragen zu Ihren Mitarbeitern

In diesem Teil der Umfrage möchten wir Sie zu der Einstellung der Mitarbeiter Ihres Unternehmens befragen.

15	Wie schätzen Sie das Know-how und die generelle Einstellung der Mitarbeiter Ihres Unternehmens bezüglich der Digitalisierung ein? (1=sehr gering, 5=sehr hoch)	1	2	3	4	5
	Akzeptanz bezüglich Digitalisierungsthemen	☐	☐	☐	☐	☐
	Engagement, das Thema Digitalisierung selbst voranzutreiben	☐	☐	☐	☐	☐
	Know-how im Bereich Online-Marketing	☐	☐	☐	☐	☐
	Know-how im Bereich E-Commerce	☐	☐	☐	☐	☐
	Fähigkeit zur technischen Umsetzung (Implementierung) innovativer Technologien (z.B. Tablet-Einsatz im Verkauf)	☐	☐	☐	☐	☐
	Programmierfähigkeit für Web-Anwendungen (eigene Webseite/Online-Shop)	☐	☐	☐	☐	☐
	Relevante Softwarekenntnisse (z.B. Warenwirtschaft)	☐	☐	☐	☐	☐

16	In welchen Bereichen sehen Sie Schulungsbedarf für Ihr Unternehmen? (Mehrfachauswahl möglich)	
	IT-Sicherheit	☐
	Umgang mit Warenwirtschaftssystemen	☐
	Umgang mit Finanzbuchhaltungs-Systemen	☐
	Umgang mit Kassensystemen	☐
	Internationalisierung	☐
	Kundenkommunikation über soziale Medien	☐
	Umgang mit Kundendaten(-anwendungen)	☐
	Prozessgestaltung und -einhaltung	☐
	Datenschutz	☐
	Umgang mit dem Online-Shop	☐
	Online-Marketing (SEO/SEA)	☐
	Soziale Medien	☐
	Wir haben keinen Schulungsbedarf (exklusive Antwort)	☐
	Sonstige (bitte eintragen):	☐

17	Gibt es in Ihrem Unternehmen die Möglichkeit für Mitarbeiter zur Weiterbildung in den vorher genannten Bereichen?	
	Ja	☐
	Nein, ist aber geplant	☐
	Nein, ist auch nicht geplant	☐
	Kann ich nicht beantworten (exklusive Antwort)	☐

4 Fragen zu den E-Commerce-Ansätzen Ihres Unternehmens

Falls Sie Ihre Produkte (unter anderem) über
- einen Online-Shop verkaufen, fahren Sie bitte mit Frage 18 fort,
- einen Marktplatz verkaufen, fahren Sie bitte mit Frage 19 fort,
- einen Online-Shop oder einen Marktplatz verkaufen, fahren Sie bitte mit Frage 20 fort,
- keinen Online-Kanal (weder Online-Shop noch Marktplatz) verkaufen, überspringen Sie die Fragen 18 -20 und fahren Sie mit Frage 21 fort.

18	Wie hoch war der Aufwand folgender Themen/Aufgaben bei der Umsetzung Ihres Online-Shops? (Antwort nur notwendig, wenn Sie bei Frage 1 „Online-Shop“ angekreuzt haben)	Höher als erwartet	Etwas höher als erwartet	Wie erwartet	Etwas niedriger wie erwartet	Kein Thema bei der Umsetzung
	Entwicklung einer passenden E-Commerce-Strategie („Was bieten wir in welcher Form zu welchem Preis an?“)	☐	☐	☐	☐	☐
	Identifikation eines geeigneten Shop-Systems	☐	☐	☐	☐	☐
	Aufbereitung bzw. Bereitstellung der Produktdaten	☐	☐	☐	☐	☐
	Projektkoordination	☐	☐	☐	☐	☐
	Entwicklung des Layouts des Shops	☐	☐	☐	☐	☐
	Commitment und Akzeptanz der eigenen Mitarbeiter	☐	☐	☐	☐	☐
	Verknüpfung des Shop-Systems mit weiteren Vertriebskanälen	☐	☐	☐	☐	☐
	Identifikation der richtigen Agentur	☐	☐	☐	☐	☐
	Einarbeitung in die durch den Online-Shop geforderten Abläufe (z. B. Abwicklung der Bestellung)	☐	☐	☐	☐	☐
	Akzeptanz und Nutzung durch den Kunden	☐	☐	☐	☐	☐
	Schnittstellenanpassung	☐	☐	☐	☐	☐
	Logistikprozesse umsetzen	☐	☐	☐	☐	☐
	Retourenabwicklung	☐	☐	☐	☐	☐
	Rechnungsstellung, Mahnung und Bonitätsprüfung	☐	☐	☐	☐	☐

19	Wie hoch war der Aufwand folgender Themen/Aufgaben bei der Umsetzung Ihres Online-Shops? (Antwort nur notwendig, wenn Sie über einen Marktplatz verkaufen)	Höher als erwartet	Etwas höher als erwartet	Wie erwartet	Etwas niedriger wie erwartet	Kein Thema bei der Umsetzung
	Entwicklung einer passenden E-Commerce-Strategie („Was bieten wir in welcher Form zu welchem Preis an?“)	☐	☐	☐	☐	☐
	Identifikation eines geeigneten Marktplatzes	☐	☐	☐	☐	☐
	Identifikation geeigneter Software zur Nutzung des Marktplatzes	☐	☐	☐	☐	☐
	Aufbereitung bzw. Bereitstellung der Produktdaten	☐	☐	☐	☐	☐
	Projektkoordination	☐	☐	☐	☐	☐
	Commitment und Akzeptanz der eigenen Mitarbeiter	☐	☐	☐	☐	☐
	Verknüpfung des Marktplatzes mit weiteren Vertriebskanälen	☐	☐	☐	☐	☐
	Identifikation der richtigen Agentur/ Umsetzungspartner	☐	☐	☐	☐	☐
	Einarbeitung in die durch den Marktplatz geforderten Abläufe (z. B. Abwicklung der Bestellung)	☐	☐	☐	☐	☐
	Akzeptanz und Nutzung durch den Kunden	☐	☐	☐	☐	☐
	Schnittstellenanpassung	☐	☐	☐	☐	☐
	Logistikprozesse umsetzen	☐	☐	☐	☐	☐
	Retourenabwicklung	☐	☐	☐	☐	☐
	Rechnungsstellung, Mahnung und Bonitätsprüfung	☐	☐	☐	☐	☐

20	Wie relevant sind die folgenden Gründe für Ihre Entscheidung, Ihre Produkte/ Dienstleistungen online zu verkaufen? (Antwort nur nötig, wenn Sie über einen Online-Shop/Marktplatz verkaufen, 1=sehr gering, 5=sehr hoch)	1	2	3	4	5
	Zeitersparnis im Vertrieb und Verkauf	☐	☐	☐	☐	☐
	Kundennachfrage	☐	☐	☐	☐	☐
	Kundenbindung	☐	☐	☐	☐	☐
	Digitalisierung von Prozessen	☐	☐	☐	☐	☐
	Steigerung der Produktivität	☐	☐	☐	☐	☐
	Stärkung der Kundenbeziehung durch Anbieten eines zusätzlichen Kanals	☐	☐	☐	☐	☐
	Erschließung zusätzlicher Kundengruppen	☐	☐	☐	☐	☐
	Neue Produktpalette für neue Zielgruppe	☐	☐	☐	☐	☐
	Druck durch Konkurrenzaktivitäten	☐	☐	☐	☐	☐
	Imageverbesserung	☐	☐	☐	☐	☐
	Günstigerer und schnellerer Infrastrukturaufbau als bei einem Ladengeschäft	☐	☐	☐	☐	☐
	Sonstige (bitte eintragen):	☐	☐	☐	☐	☐

21	Wie relevant sind die folgenden Gründe für Ihre Entscheidung, Ihre Produkte/ Dienstleistungen nicht online zu verkaufen? (Antwort nur nötig, wenn Sie nicht online verkaufen, 1=sehr gering, 5=sehr hoch)	1	2	3	4	5
	Geringe Nachfrage durch den Kunden	☐	☐	☐	☐	☐
	Hohe technische Komplexität (z.B. Schnittstellenintegration)	☐	☐	☐	☐	☐
	Hohe Kosten	☐	☐	☐	☐	☐
	Aus Zeitgründen	☐	☐	☐	☐	☐
	Fehlende/ ungeeignete Produktdaten	☐	☐	☐	☐	☐
	Keine personellen Ressourcen	☐	☐	☐	☐	☐
	Die gewünschte Zielgruppe wird nicht erreicht	☐	☐	☐	☐	☐
	Fehlendes Know-how	☐	☐	☐	☐	☐
	Sonstige (bitte eintragen):	☐	☐	☐	☐	☐

5 Fragen zu Ihrem Geschäftsmodell

In diesem Teil der Umfrage möchten Sie zu Ihrem Geschäftsmodell und dessen Zukunftsfähigkeit befragen.

22	Wie hoch sehen Sie den Einfluss der folgenden Punkte auf das Geschäftsmodell Ihres Unternehmens? (1=sehr gering, 5=sehr hoch)	1	2	3	4	5
	Der Wandel von Herstellern zu Verkäufern	☐	☐	☐	☐	☐
	Die Marktmacht globaler Marktplätze (z.B. Amazon, und eBay)	☐	☐	☐	☐	☐
	Der zunehmende Wettbewerb durch Drittstaatenhändler	☐	☐	☐	☐	☐
	Die zunehmende Preis- und Anbietertransparenz für den Kunden	☐	☐	☐	☐	☐
	Neue Innovative Anbieter (Start Ups)	☐	☐	☐	☐	☐
	Kosten durch Abmahnungen	☐	☐	☐	☐	☐
	Sonstige (bitte eintragen):	☐	☐	☐	☐	☐

23	Wie beurteilen Sie die folgenden Aussagen zur zukünftigen Entwicklung (bis 2025) des gesamten Einzelhandels? (1= Stimme voll zu, 5 = Stimme überhaupt nicht zu)	1 (Stimme voll zu)	2	3	4	5 (Stimme überhaupt nicht zu)	Kann ich nicht beantworten
	Die durchschnittliche stationäre Ladenfläche wird zunehmend kleiner werden und die Rolle einer „Showfläche“ übernehmen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Reine Online-Akteure werden zunehmend auch in der Fläche präsent sein.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Durch die Digitalisierung entstehen neue Geschäftsmodelle.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Zukünftig verkauft der innhabergeführte Einzelhandel nur noch Nischenprodukte, regionale oder individuelle Produkte, die online selten angeboten werden.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Zusätzliche Services und Dienstleistungen (z.B. Kundenveranstaltungen, Seminare, Events) werden im stationären Handel wichtiger.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Die Digitalisierung bringt mehr Chancen als Bedrohungen für mein Unternehmen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Der stationäre Vertriebsweg bleibt auch zukünftig noch der wichtigste Einkaufskanal – aber in zunehmender Verbindung mit anderen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Digitale Innovationen verändern das Einkaufsverhalten und verlangen ein Umdenken des Einzelhandels.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Das Einkaufserlebnis und die individuelle Lösung der Kundenprobleme sind wesentliche Erfolgsfaktoren des stationären Einzelhandels.	☐	☐	☐	☐	☐	☐
	Langfristig werden die Händler erfolgreich sein, die ihre Kunden über verschiedene Kanäle ansprechen – auch wenn sie nicht über all diese Kanäle verkaufen.	☐	☐	☐	☐	☐	☐

6	Abschließende Fragen	
24	In welcher Form würden Sie sich Informationen zum Themenkomplex Digitalisierung wünschen? (Mehrfachauswahl möglich)	
	Aufklärung durch Experten	☐
	Flyer und Broschüren	☐
	Allgemeine Informationsveranstaltungen	☐
	E-Learning: Nutzung von Erklärvideos	☐
	Newsletter	☐
	Netzwerke zum Thema	☐
	Sonstiges (bitte angeben):	☐
25	Um welche Betriebsform handelt es sich bei Ihrem Unternehmen hautsächlich?	
	Inhabergeführter Einzelhandel (Fachhandel)	☐
	Discounter	☐
	Fachmarkt	☐
	SB-Warenhaus	☐
	Filialist des Fachhandels	☐
	Online-Handel	☐
	Versender	☐
	Fachhandel (nicht filialisiert)	☐
	Kauf- und Warenhaus	☐
	Sonstiges (bitte angeben):	☐
26	Ist die Nachfolge in Ihrem Unternehmen bereits geregelt? (Antwort nur notwendig, wenn in Frage 25 „Inhabergeführter Einzelhandel“ angekreuzt wurde.)	
	Ja, in der Familie	☐
	Ja, im Mitarbeiterkreis	☐
	Ja, von außerhalb	☐
	Nein	☐
	Noch kein Thema	☐
27	In welchem Bereich befindet sich Ihr Hauptabsatzgebiet?	
	Eher ländlich geprägt	☐
	Teilweise städtisch geprägt	☐
	Überwiegend städtisch geprägt	☐
	International	☐
	Kann ich nicht beantworten (exklusive Antwort)	☐
28	Wie viele Mitarbeiter, neben Ihnen, beschäftigt Ihr Unternehmen derzeit? (Anzahl der „Köpfe“ die in Ihrem Unternehmen arbeiten)	
	Keinen	☐
	1-9	☐
	10-49	☐
	50-249	☐
	250-499	☐
	500 und mehr	☐
	Kann ich nicht beantworten (exklusive Antwort)	☐
29	Zu welcher Umsatzklasse gehört Ihr Unternehmen?	
	Bis 50.000 Euro	☐
	50.000 bis 100.000 Euro	☐
	100.000 bis 500.000 Euro	☐
	500.000 bis 1 Mio. Euro	☐
	1 Mio. bis 2 Mio. Euro	☐
	2 Mio. bis 5 Mio. Euro	☐
	5 Mio. bis 10 Mio. Euro	☐
	10 Mio. bis 50 Mio. Euro	☐
	Mehr als 50 Mio. Euro	☐
	Kann ich nicht beantworten (exklusive Antwort)	☐

30	Welcher Branche kann Ihr Unternehmen zugeordnet werden?	
	Nahrungs- und Genussmittel	☐
	Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik	☐
	Fotoapparate und -zubehör	☐
	Haushaltsgeräte, Heimwerk, Innenraumausstattung	☐
	Bücher und Verlagsprodukte (Zeitungen, Zeitschriften, Bild-/Tonträger), Geschenkartikel	☐
	Sportartikel, Outdoor/Camping, Fahrräder	☐
	Bekleidung / Schuhe / Taschen, Lederwaren	☐
	Uhren, Schmuck	☐
	Spielwaren	☐
	Drogerie / Parfümerie- und Kosmetik-Artikel	☐
	Medikamente (Apotheke)	☐
	Medizinische / orthopädische Produkte	☐
	Brillen / Kontaktlinsen (Optiker)	☐
	Blumen, Pflanzen	☐
	Antiquitäten, Kunst	☐
	Sonstige Produkte (bitte angeben):	☐

31	Geben Sie bitte Ihre Postleitzahl (PLZ) an.	

32	Geben Sie bitte Ihren IHK-Bezirk an.	

33	Zum Abschluss noch eine Frage: Wenn Sie einen Wunsch frei hätten, was würden Sie sich in Bezug auf die Digitalisierung wünschen?	

34	Gerne senden wir Ihnen nach Fertigstellung der Studie die Ergebnisse zu. Falls Sie die Zusendung wünschen, geben Sie dazu hier Ihre Kontaktdaten an. Ihre Daten werden selbstverständlich vertraulich behandelt.	
	Firma:	
	Vorname:	
	Nachname:	
	E-Mail:	

Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!

Den ausgefüllten Fragebogen können Sie bis **28. Juli 2017** per **Fax** an folgende Nummer senden 0941-943-1888, per **E-Mail** an handelsstudie2017@ibi.de oder **postalisch** an ibi research, Dr. Georg Wittmann, Galgenbergstraße 25, 93053 Regensburg.

Gerne können Sie die Fragen unter www.ibi.de/Handelsstudie2017 **online** beantworten.