

„Nie wieder erfolgreiche Handelsaktivitäten ohne E-Commerce“: hochkarätig besetzte Diskussionsveranstaltung über den Handel der Zukunft und seine gesellschaftlichen Folgen

*Berlin/Essen. 05.11.2021. fynax, die digitale Marke der ETL-Gruppe, hat eine prominent besetzte Expertenrunde im Rahmen der Veranstaltungsreihe young + restless zur Diskussion über den Handel der Zukunft und seine gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen ins Telefónica Basecamp Berlin Mitte eingeladen. Die teilnehmenden Entscheider*innen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft unterstrichen die Bedeutung des E-Commerce und seine positiven gesellschaftlichen Folgen, mahnten aber zum Abbau des Modernisierungsstaus und plädierten für eine bessere Unterstützung kleiner Händler*innen und ländlicher Regionen. Das Potential des Onlinehandels, darin waren sich alle Teilnehmenden einig, ist in Deutschland noch lange nicht ausgeschöpft – ein Fingerzeig an die kommende rot-grün-gelbe Bundesregierung.*

Während weite Teile der Wirtschaft weltweit, aber auch in Deutschland, verheerend von den Auswirkungen der Corona-Pandemie getroffen wurden und insbesondere der stationäre Einzelhandel unter den Folgen monatelanger Schließungen zu leiden hat, setzte der Onlinehandel seinen Aufstieg scheinbar unbeeindruckt fort. Bereits im Krisenjahr 2020 konnte der E-Commerce ein Wachstum von 23 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen. In diesem Jahr könnte die 100 Milliarden Euro Umsatzgrenze erstmals fallen.

Höchste Zeit also, den Erfolg des E-Commerce, seine Trends und Auswirkungen auf das gesellschaftliche Zusammenleben unter die Lupe zu nehmen. Aus diesem Grund lud fynax ein hochkarätiges Panel aus Politiker*innen, Vertreter*innen der wichtigsten Digitalverbände Deutschlands und Expert*innen zur Diskussionsrunde am 3. November 2021 im Telefónica-Basecamp in Berlin Mitte. Das Event fand im Rahmen der Veranstaltungsreihe young + restless statt, dem Netzwerktreffen für Young Professionals von der meko factory.

Als Gäste der hybriden Veranstaltung konnten u.a. Alexander Rabe, Geschäftsführer des eco Verbandes der Internetwirtschaft, Dr. Anna Wolf, vom ifo Institut, Cindy Mattern, Leiterin des Hauptstadtbüros des Bundesverbandes Onlinehandel., Miriam Wohlfarth, Präsidiumsmitglied beim Digitalverband bitkom, sowie Oliver Kling, Marketing-Chef der Digitalagentur dotSource, gewonnen werden. Ergänzt wurde die Runde von prominenten

Entscheider*innen aus der Politik. Neben dem digitalpolitischen Sprecher der FDP-Bundestagsfraktion, Mario Brandenburg, und der Volt-Politikerin Rebekka Müller sorgte insbesondere der Auftritt vom aktuellen Beauftragten des Wirtschaftsministeriums für Digitale Wirtschaft und Start-ups, Thomas Jarzombek (CDU), für Aufsehen.

Die Teilnehmenden der von Moderatorin Ilka Groenewold geführten Debatte unterstrichen nicht nur die Chancen des E-Commerce für Konsument*innen, Deutschland und Europa, sondern wiesen auch deutlich auf bislang ungenutzte Potentiale der Digitalisierung hin. Ein Fingerzeig an die nur wenige Meter entfernt stattfindenden Koalitionsverhandlungen zwischen SPD, FDP und Grünen und deutlich vernehmbarer Auftrag, den derzeit oft bemühten Slogan „Fortschrittskoalition“ mit Taten zu füllen.

Dass dem E-Commerce die Zukunft gehört, darin waren sich alle Teilnehmenden einig. „Wir werden nie wieder erfolgreiche Handelsaktivitäten ohne E, also ohne Internet sehen. Und das ist eine sehr gute Nachricht“, so Alexander Rabe. „Gerade in der Corona-Pandemie hat das Internet das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben am Laufen gehalten“. Dies sehe man auch daran, dass in Deutschland 2020 über ein Drittel mehr Einzelhändler auf E-Commerce setzten als im Vorjahr, wie Rabe betonte. Darüber hinaus spiele der E-Commerce eine wichtige Rolle beim Kampf gegen den Klimawandel. Dr. Anna Wolf wies zudem darauf hin, dass der Onlinehandel mittlerweile generationenübergreifend als zusätzliche Versorgungsstruktur etabliert sei, was man anhand der Altersstruktur der Käufer*innen im vergangenen Jahr erkennen könne.

Allerdings stellten die Teilnehmenden nach wie vor große Defizite bei der digitalen Durchdringung des ländlichen Raumes fest. So kritisierte Miriam Wohlfarth, selbst Gründerin, den Fokus der Start-up-Szene auf schnelles Umsatzwachstum im urbanen Raum und plädierte für eine Hinwendung zu ländlichen Bedürfnissen, für deren Bedienung auch staatliche Fördermaßnahmen in Betracht zu ziehen seien. fynax-Leiter Saravanan Sundaram zufolge könne hier der asiatische Markt als Vorbild gelten, in dem es seit Jahren E-Commerce-Unternehmen gebe, die sich ausschließlich und mit Erfolg auf ländliche Regionen spezialisierten.

Zur Aufzeichnung der Veranstaltung in voller Länge:

https://www.youtube.com/watch?v=BNV_4I9RYyc

Über fynax:

fynax ist die digitale Marke der ETL-Gruppe für die Steuerberatung und Finanzbuchhaltung im E-Commerce. fynax richtet sich an Onlinehändler, die im nationalen und internationalen Warenverkehr tätig sind. Für diese Unternehmer entwickelt fynax eine Tax Compliance Plattform. fynax erfüllt dabei alle steuerlichen Anforderungen wie Buchhaltung, Jahresabschlüsse und Steuererklärungen, damit sich der Onlinehändler auf sein Kerngeschäft konzentrieren kann. Als Teil der ETL-Gruppe greift fynax auf das internationale ETL- Netzwerk mit weltweit 250 ETL-Standorten zurück.

Pressekontakt

Danyal Alaybeyoglu, Tel.: 030 22 64 02 30, E-Mail: danyal.alaybeyoglu@etl.de, ETL, Mauerstraße 86-88, 10117 Berlin, www.etl.de

