

Geschäft verlassen; wie man mit praktisch jedem Smartphone ein individuelles Körperprofil erstellt und die ideale Konfektionsgröße berechnet oder wie Instore Analytics-Lösungen in Echtzeit die Bewegungen von Kunden im Store aufzeichnen und gleichzeitig messen, mit welchen Produkten sie interagieren.

Keine Messe ohne Award

Zu den Höhepunkten der EuroCis zählte auch heuer wieder die „reta“-Verleihung, aka retail technology award europe. In vier Kategorien ermittelte die Branche ihre Besten in Sachen „Best Customer Experience“, „Best In-Store Solution“, „Best Enterprise Solution“ und „Best Omnichannel Solution“. Case Stu-

”

Der Omnichannel-Kunde generiert zwar mehr Umsatz als der stationäre Kunde, aber deren Anteil ist noch zu gering, um die Kosten der Kanalverknüpfung zu tragen.

Christoph Langenberg
EHI Retail Institute/e-commerce

“

dy Boggi Milano, Gewinner in letzterer Kategorie: Der Fashion Retailer hatte bereits 2016 mit seiner Omnichannel-Strategie begonnen, dem Kunden werden seither drei flexible Optionen geboten: Click & Collect, Reservierung im Store, Instore Ordering samt Lieferung in einen anderen Store. Selbst die Lieferung zum Kunden nach Hause ist kein Problem. Zur Marketing Cloud

Die EuroCis in Zahlen

Wachstum

12.000 Besucher zählte die IT-Fachmesse EuroCis heuer (2016 waren es 10.253), 470 Unternehmen aus insgesamt 29 Ländern waren dabei. Die belegte Fläche von 13.400 m² konnte die Werte aus 2016 (411 Unternehmen und 10.767 m² bespielte Fläche) deutlich toppen. Die EuroCis gibt es seit 21 Jahren, sie hieß damals noch „Retail Technology“ und begann mit 80 Ausstellern. Ideeller Träger der Messe ist von Anfang an das EHI Retail Institute in Köln.

gehört eine 1:1 E-Mail-Kommunikation, die Service Cloud setzt auf umfassenden Kundenservice – für Boggi Milano der Schlüssel zur Steigerung der Markentreue. Mit Erfolg: Der Onlineumsatz stieg 2016 um 150% gegenüber dem Vorjahr.

Zauberwort Omnichannel

Als *das* omnipräsente Schlagwort der Stunde, auch auf der EuroCis, ist Omnichannel also nach wie vor aktueller denn je.

dass der Omnichannel-Kunde mehr Umsatz generiert als ein rein stationärer oder ein reiner Online-Kunde, der Anteil der Omnichannel-Kunden aber noch zu gering ist, um die Kosten der Kanalverknüpfung zu tragen.“ Klingt nach klassischer Pattsituation für die Branche. Wirft man einen Blick auf die Umsatzzahlen der Top 1.000 Onliner, haben die Multichannel-Shops mit Mobile-Unterstützung jedenfalls noch die Nase vorn und



© Messe Düsseldorf/Constanze Tillmann

Die EHI-Studie „IT-Trends im Handel“ belegt das eindrücklich. So haben für mehr als die Hälfte der befragten IT-Verantwortlichen in den nächsten zwei Jahren diejenigen Projekte oberste Priorität, die mit der Umsetzung von Omnichannel-Strategien zu tun haben. Christoph Langenberg, EHI-Studienleiter von „Omnichannel Commerce 2017“, sieht dabei auf jeden Fall Nachholbedarf: „Omnichannel ist zwar im deutschen Handel angekommen, Standard ist es aber noch keiner.“ Ob die Erwartungen ans große Geld dabei gerechtfertigt sind? Und soll man als Retailer für Omnichannel-Lösungen selbigen in die Hand nehmen oder lieber nicht? Langenberg sieht das differenziert: „So wurde in der Branche zwar schon vorgerechnet,

Start-up-Show

Im „Start-up-hub“, eine Premiere bei der EuroCis, präsentierten sich u.a. die Unternehmen Abl Social Federation, Arivata, Beaconinside oder Store2Be.

gerieren 13,3 Mrd. €, Cross- und Omnichannel Shops kommen auf gemeinsame 7,1 Mrd. €. Sie sind zahlenmäßig allerdings wesentlich weniger vertreten.

Sieht man sich dagegen das Durchschnittsergebnis je Shop an, ändert sich dieses Bild: Cross- und Omnichannel-Shops inklusive Mobile bringen es da nämlich auf 42,1 Mio. €, während Online Pure Player mit 41 Mio. € knapp darunter liegen. Multichannel-Vertreter sind mit 28,8 Mio. €/Shop schon weit abgeschlagen. Langenbergs Fazit ist dementsprechend durchwachsen: Omnichannel sei keine Umsatzbremse, wie die Analyse zeigt, aber auch nicht das Allheilmittel für heftig wachsende Umsätze. Omnichannel sei schlicht „eine Strategie von vielen“, so der Experte.