

ist das nicht mehr als ein Prozent vom Umsatz und das ist mittlerweile stabil auf geringem Niveau. Ich sehe da kein maßgebliches Wachstum.

medianet: Ist die Digitalisierung im Handel somit überschätzt?

Unruhe: Die Digitalisierung ist immens wichtig, aber sie spielt sich insbesondere am POS ab. Technologien, die das Einkaufserlebnis stützen, sind gefragt – das können VR-Brillen ebenso sein wie das Handy, auf dem ich vor dem Einkauf die Einkaufsliste draufgespielt bekomme. Die Technologien am POS bieten die Möglichkeit der Individualisierung, der Differenzierung – gemäß dem Motto: Der Feind des Guten ist immer das Bessere.

© medianet/Katharina Schiffl



”

Am besten wäre es wohl, jetzt schon dafür zu sorgen, dass es für Onlineriesen wie Alibaba gar nicht attraktiv wird, hierher zu kommen.

Andreas Unruhe

“

medianet: Am besten im Onlinebusiness ist aber Amazon ...

Unruhe: Oder Alibaba. In dem Moment, wo einer den Markt aufräumt, werden sich die anderen schon umgucken. Am besten wäre es aber, jetzt schon dafür zu sorgen, dass es für Alibaba nicht attraktiv wird, hierher zu kommen.

medianet: Die Onlineriesen sammeln immer mehr Erfahrung im stationären Geschäft. Wird das den heimischen Handel absehbar betreffen?

Unruhe: Die Integration von online und offline übt Amazon derzeit noch in den USA, dann werden sie das nach Europa bringen, wahrscheinlich in ähnlicher Form wie in Amerika; heißt: Sie werden einen Retailer

kaufen und als Speerspitze benutzen. Beispielsweise steht in Deutschland Real immer noch zum Verkauf.

medianet: In Österreich ist mit Zielpunkt der letzte kauffähige Player vom Markt verschwunden ...

Unruhe: Das mag stimmen, aber ich glaube auch nicht, dass Österreich das erste Land in der EU sein wird, in dem Amazon sich mit stationären Geschäften ausbreitet. Wahrscheinlich passiert das in den großen Metropolen – eine Strategie der Nadelstiche. Aber die Konsequenz, wenn sie in neue Märkte gehen, wird größer und nicht kleiner.

medianet: Das Zünglein an der Waage des Erfolgs ist der Konsument. Wie mündig ist der? Wird er sich auf Dauer ein rudimentär angelegtes Kontaktservice wie bei Amazon gefallen lassen?

Unruhe: Ich bin sehr gespannt, wie lange Amazon diese Art der Abschottung durchhalten wird. Die nächste Generation der Konsumenten gibt ein knallhartes Feedback und wenn da etwas nicht passt, gibt es kein zweites Mal, dann ist das Thema durch. Für Hersteller bedeutet das in Zukunft, dass sie nicht aus dem Produkt heraus denken müssen, sondern aus den Bedürfnissen des Verbrauchers heraus.

Verbraucher werden mündig

Die größte Rolle in der Zukunft spielt ein Konsument, der sich kein X für ein U vormachen lässt und der, wenns beim einen nicht passt, ganz schnell zum nächsten Anbieter wechselt.

medianet: Was sind somit die aktuellen Trends, um die sich alles dreht?

Unruhe: Grundsätzlich muss ich mich der Herausforderung Verbraucherverhalten stellen – wenn ich das mache, hat das Auswirkungen auf das gesamte Unternehmen. Die Technologieentwicklung wird sehr schnell voranschreiten, somit ist keine Position auf ewig manifestiert. Alles ist immer wieder infrage zu stellen. Das Umfeld der Fragestellung lautet auf: Verfügbarkeit rund um die Uhr, Transparenz und Effizienz – das sind, wenn Sie so wollen, die großen Trends.

medianet: Welche Rolle spielt künftig die Marke? Wird sie von der Eigenmarke ausgeknockt?

Unruhe: Ich glaube fest an die Kraft der Marke, es müssen nur künftig nicht die selben Marken sein, die es heute gibt. Aber sie werden Orientierung bieten und Märkte machen, wenn sie einen Mehrwert und Zusatznutzen bieten.

medianet: Insgesamt haben Sie jetzt genauso viele Fragen gestellt wie Antworten geliefert ...

Unruhe: Man muss immer Fragen stellen, aber auch Antworten finden und die Bereitschaft, Antworten zu prüfen.