



© DMS

Im Handel regiert die neue Normalität

Die Coronakrise forciert eine digitale Handelszukunft. Das physische Käuferlebnis verschmilzt mit dem virtuellen.

Stop & Go

Digitale Einlasskontrollen durch Ampeln sind bereits in Supermärkten, Buchhandlungen, Arztpraxen und vielleicht auch bald bei Behörden und Schwimmbädern installiert.

Gastbeitrag

•• Von Michael Buchacher

Ende Jänner ahnten nicht mal die größten Schwarzmalen, in welcher Situation Gesellschaft und Wirtschaft wenige Monate später stehen würden. Alle sehen sich jetzt mit neuen, teilweise existenziellen, Herausforderungen konfrontiert

– egal, ob man nun eine Boutique für Designermode, eine Handelskette für Bio-Lebensmittel oder einen Sporthändler durch die Krise manövriert.

In manchen Branchen (etwa: Mobilfunk) ist Österreich oft Testmarkt und Vorreiter, bei digitalen Lösungen im stationären Handel allerdings eher nur im guten Mittelfeld. Das wäre jedenfalls rasch zu ändern, denn

eine „zweite Welle“ der Coronavirus-Infektionen ist möglich, inklusive einer Wiederholung der Einschränkungen.

Egal, ob es nun Komponenten oder das Gesamtkonzept betrifft, jetzt ist der richtige Moment zur Vorbereitung – und zur Einführung von digitalen Lösungen, die im stationären Handel das Verschmelzen von physisch und digital hin zu „phygital“ fördern.

Die drei zu Jahresbeginn an dieser Stelle skizzierten Trends (Siegeszug von Digital Signage, Employee TV und Instore Analytics) gelten weiter, allerdings mit veränderten Vorzeichen. Hinzu kommen verstärkt Shop-Virtualisierung mit 3D-Anwendungen, Social Shopping-Anwendungen sowie Lösungen für Regelungen zu Personenabständen, Besucherdichte und -frequenz.