RETAIL Freitag, 22. Jänner 2021 medianet.at



## Let's get phygital: Handel neu gedacht

2021 steht im Zeichen umfassender Markenerlebnisse durch digitale Integration, Pop-up Culture und Social Revolution.

## Kompetenz

Michael Buchacher ist Gründer und CEO von DMS - das steht für "Digitale Mediensysteme" und ist ein Digitalisierungspartner für Retail-Betriebe.

## Gastbeitrag

••• Von Michael Buchacher

as Wirtschaftsmagazin Forbes hat Pandemien kürzlich als "ökonomische Brandbeschleuniger" bezeichnet. Online einzukaufen ist für viele zwangsläufig zur Selbstverständlichkeit geworden. Die Wochen nach dem Lockdown werden hoffentlich ein Wiedererwachen im stationären Handel bringen - aber auch die intensive Suche nach neuen Konzepten.

Ein Blick zurück: Wenn man im Dezember 2020 durch die Mariahilfer Straße oder andere belebte Einkaufsstraßen schlenderte, fiel einem im Vergleich zu 2019 nicht nur das allgegenwärtige Mode-Accessoire des Mund-Nasen-Schutzes auf. Nicht nur auf pandemischer, sondern ebenso auf technologischer Seite hat sich in wenigen Monaten einiges getan.

## Displays erstrahlen allerorts

Digital Signage erlebt einen großen Aufschwung, immer

mehr (und größere) Displays erstrahlen in den Geschäften und wirken auch nach außen in den Raum hinein - oft durch ausdrucksstarke Bilder, aufwendige und rasch geschnittene Filmszenen und Animationen.

Das nutzen fast alle Branchen für sich. Mode, Haushaltsgeräte, Banken, IT-Händler und Telekommunikationsunternehmen,