



© Richard Stöger

Herausgeber  
Oliver Jonke  
[o.jonke@medianet.at]

# Editorial

## Der Kontext ist „King“!

### Liebe Leserinnen und Leser!

Mit den heutigen und künftigen technischen Errungenschaften eröffnen sich unendlich viele Möglichkeiten, Kunden immer besser zu betreuen.

Doch was davon führt auch zu den besten Ergebnissen? Technologie ist ja nie Selbstzweck. Im Mittelpunkt steht weiterhin der Kunde mit seinen immer vielfältigeren Wünschen, seiner stets steigenden Erwartungshaltung und seinem mitunter wechselhaften Kaufverhalten.

### Auf zu neuen Horizonten ...

Heute können wir Daten darüber besser sammeln als je zuvor. Entscheidend ist nun, wie diese Daten genutzt werden – sowohl am Point of Sale als auch im E-Commerce.

Dieses Dossier gibt Einblick in eine Welt voller neuer Herausforderungen und in konkrete Lösungen, die bereits Erfolg haben. Es ist im Auftrag und unter Mitwirkung von syreta und weiterer führender Experten im Bereich Retail und Digitalisierung entstanden.

Es hat sich dabei herauskristallisiert, dass erfolgreiche Innovatoren ein paar Gemeinsamkeiten haben: Eigentümer und Manager sind bereit, mutige Entscheidungen zu treffen. Und sie sorgen für eine positive Fehlerkultur, die es allen im Unternehmen ermöglicht, angstfreier neue Ideen auszuprobieren: Scheitern muss erlaubt sein, ein echter Test zeichnet sich schließlich ja dadurch aus, dass das Ergebnis nicht schon vorher feststehen muss ...

### ... auf der Customer Journey

Auf Kundenseite wird in vielen Anwendungsgebieten deutlich, dass die Akzeptanz, etwas von sich preiszugeben, damit wächst, welchen echten persönlichen Nutzen man dadurch generieren kann. Es ist aber nicht nur der geldwerte (Kosten-)Vorteil wichtig, sondern meist auch die individuelle Relevanz des (neuen) Angebots, also wie gut dieses auf die aktuellen Bedürfnisse passt.

Je passender das Angebot im jeweiligen Kontext, desto eher überlebt es die immer strenger werdenden Selektionskriterien von Kunden – quasi „the survival of the fittest offer“ ...

*Eine anregende Lektüre wünscht Ihnen  
Oliver Jonke*



Dossier: Die Zukunft  
des digitalen Handels

Coverfoto: © Bildagentur  
PantherMedia/sdecoret

## Inhalt

- 3 „Online und Offline werden verschmelzen“  
syretas Geschäftsführung über E-Commerce im Einzelhandel

- 6 Der Kunde auf allen Kanälen  
medianet-Herausgeber Oliver Jonke diskutierte mit Top-Experten über Omnichannel



© 3e

- 10 Omnichannel-Fachmärkte  
Markus Dulle, Vorstand 3e, im Interview

- 12 UNIBox: Die Zukunft des Einkaufens hat begonnen  
Andreas Haider, Geschäftsführer der Unimarktgruppe, erklärt sein neues Konzept



© Premedia

- 14 „Optimieren Sie Ihre Marketingprozesse!“  
Im Gespräch mit Wolfgang Erlebach, CEO Premedia

- 16 Einzigartig in der Retailwelt  
Neues aus dem Hause syreta – der Retail Hub

## Impressum

**Medieninhaber:**  
medianet Verlag GmbH  
1110 Wien, Brehmstraße 10/4. OG  
<http://www.medianet.at>

Diese Sonderausgabe wurde von medianet unter Mitwirkung von syreta erstellt.

**Konzept:** Oliver Jonke (Herausgeber)  
Kontakt: o.jonke@medianet.at

**Leitende Redakteurin dieser Ausgabe:**  
Helga Krémer (hk)

**Lektorat:** Christoph Strolz **Grafik/Produktion:**  
Raimund Appl, Peter Farkas **Fotoredaktion/**  
**Lithografie:** Beate Schmid **Druck:** Ferdinand  
Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn  
**Erscheinungsort:** Wien **Stand:** Oktober 2021

**Für den Inhalt verantwortlich:**  
syreta gmbh  
4600 Wels, Maria-Theresia-Straße 53



**Abo, Zustellungs- und Adressänderungswünsche:**  
[abo@medianet.at](mailto:abo@medianet.at)  
oder Tel. 01/919 20-2100