

Verschiedene Kanäle dürfen keinesfalls verschiedene Informationen zur Folge haben.

Wohin die Handelsreise geht

Fakt ist: Kunden werden immer anspruchsvoller – sei es, weil sie mehr auf die Qualität achten, auf den Preis schauen oder sich mit starren Öffnungszeiten nicht (mehr) zufriedengeben wollen. Fakt ist auch: Wer im

Einzelhandel reüssieren will, muss agil sein, sich etwas trauen und sich zumuten, mit der Zeit gehen zu können.

Ganz allgemein rechnen die Experten damit, dass der Handel unabhängiger von Öffnungszeiten und Mitarbeitern werden wird. Beim Lebensmitteleinzelhandel sprechen die Feinkostabteilungen für hybride Lösungen. (Interessan-

”

Digital affin ist keine Altersfrage. Es gibt 70-Jährige, die alles mit und am Handy machen, aber auch 40-Jährige, die alles Digitale ablehnen.

Dominik Leitner

“



Die Teilnehmer

Markus Dulle

Vorstand 3e Handels- und Dienstleistungs AG

Wolfgang Erlebach

CEO Premedia

Andreas Haider

Geschäftsführung Unimarkt

Christian Immitzer

Geschäftsführender Gesellschafter, syreta Gruppe

Stefan Kaes

Geschäftsführender Gesellschafter, Hoka, UNIBox-Betreiber

Dominik Leitner

Co-Geschäftsführer syreta uni retail technology gmbh

Alexander Palnik

Geschäftsführender Gesellschafter, syreta Gruppe

Moderation: Oliver Jonke

Herausgeber medianet



”

Mit der Digitalisierung haben wir im Handel ein Instrument in der Hand, das vieles viel bequemer machen wird – für den Händler und für den Kunden.

Markus Dulle

“

terweise hält die Mehrheit der Konsumenten die Ware in den Feinkostabteilungen für hochwertiger als die in der Vitrine.)

Blickt man über Österreichs Tellerrand hinaus, wird offensichtlich, was alles möglich ist. Rund um die Uhr einkaufen an jedem Tag der Woche? Das sogenannte 24/7 ist in den USA seit jeher kein Thema. Denn es muss ja nicht bedeuten, dass jemand permanent im Laden stehen muss. In Kernzeiten könnte das Geschäft mit kompetenten Mitarbeitern geführt werden, außerhalb der Kernzeiten als autonomer Store.

Den kompletten Inhalt des Einkaufswagerls im quasi Vorbeigehen zur automatischen Kassa ohne Ausräumen gescannt bekommen? Gibt es

bereits. Die Zeitersparnis ist enorm.

Auswirkungen

Wird Omnichannel-Marketing den stationären Handel zum Verschwinden bringen? Nein. Ist der Fortschritt aufzuhalten? Nein. Wird Omnichannel-Marketing alle Beteiligten in Nerds verwandeln? Unwahrscheinlich. Besteht die Möglichkeit, dass der eine oder die andere seinen oder ihren Horizont erweitert? Ganz bestimmt.

Die Digitalisierung hält für alle Beteiligten im Handel, egal auf welcher Seite der Ladentheke, wunderbare Möglichkeiten bereit – ein Schatz, der nur darauf wartet, gehoben zu werden. Omnichannel ist dafür bestens geeignet.



”

Auch im Handel der Zukunft werden wir das ‚Überleben der Passendsten‘ – also ‚Survival of the Fittest‘ – beobachten. Kommt Ihnen das bekannt vor?

Oliver Jonke

“