

weitere digitale Devices, die die Fachberater als wertvolle Verkaufshilfen in ihrer Beratungstätigkeit unterstützen.

Die Steuerung von Mährobotern über Kunstrasen oder einer Bewässerungsanlage hinter Plexiglas sind ebenso einzigartig wie das Testcenter, in dem die Kunden ihre Produktauswahl im Live-Betrieb einem Härte-Test unterziehen können, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. So werden die Vorteile des Onlinehandels mit jenen des Erlebniseinkaufs am POS sinnvoll kombiniert.

medianet: *Worin sehen Sie die besondere Herausforderung für die Digitalisierung am POS? Eher im technischen Bereich? Oder eher im Bereich der ‚handelnden‘ Personen?*

Dulle: Ich teile die Meinung vieler Fachexperten, die die digitale Transformation weniger als technische Herausforderung sehen, sondern als Veränderung der Unternehmenskultur. Wenn es nicht gelingt, die Menschen auf diesem Weg mitzunehmen, kann es passieren, dass die digitale Transformation scheitert. Die Technologie bildet klarerweise die Grundlage, um die Vielfalt an digitalen Elementen am POS überhaupt für die Fachberater und die Kunden zur Verfügung stellen zu können. Mit unseren Partnern Syreta,



Umdasch Digital und Grassfish haben wir die Lösungen – vom V-Shelf, über das Scan&Learn (unsere Vergleichszone) sowie das praktikable Handling der diversen Screens – gemeinsam entwickelt.

medianet: *Also doch beide Bereiche. Worauf wäre in erster Linie zu achten? Was konnten Sie den Stores beobachten?*

Dulle: Das Verkaufsgespräch an sich hat sich nicht grundlegend verändert; neu sind jedoch die technischen Mittel, die dazu eingesetzt werden können und sollen. Wichtig ist vor allem, dass die Mitarbeiter den Mehrwert dieser Verkaufshilfen erkennen und in ihre Beratungsgespräche integrieren. Das unterstützt nicht nur bei fachlichen Detailfragen,

Transformation

Seit Juli 2016 ist Markus Dulle Vorstand der 1989 gegründeten 3e Handels- und Dienstleistungs AG und stürzte sich in die Digitalisierung. Die 3e Gruppe richtet sich mit ihren Vertriebs-schienen aber nicht nur an Privatkunden (Let's Doit, Let's Doit Holzprofi, Bad&Co), sondern auch an Industrie und Gewerbe.

sondern vermittelt dem Kunden natürlich auch ein positives Bild eines modernen, zeitgemäßen Auftritts, zumal die Kunden selbst onlineaffin und vielfach ohne Berührungängste an diese Tools herangehen. Wir sehen auch, dass uns dieses gesamte Konzept der Digitalisierung und des Erlebnisses am POS eine zunehmend jüngere Zielgruppe ins Geschäft bringt, die an dieser Präsentationsform Gefallen findet und als Digital Natives ganz selbstverständlich mit diesen Devices umgeht.

medianet: *Was ist als Nächstes geplant?*

Dulle: Einer unserer nächsten Tests wird die digitale Preisauszeichnung am POS und das kassenlose Bezahlen per App direkt am Regal sein.

12,6%

Erfahrung zählt

2020 erwirtschaftete 3e in Österreich einen Umsatz von 475 Mio. € – eine Steigerung von 12,6% gegenüber dem Vorjahr. Der 3e Gruppenumsatz stieg um 9,2% auf 649 Mio. €.



ÜBER DIE 3E HANDELS- UND DIENSTLEISTUNGS AG

30 Jahre Expertise & stete Weiterentwicklung

Packen wir's an! Die 3e AG mit Sitz in Wels bündelt als Vereinigung von Fachhändlern der Hartwarenbranche seit mehr als 30 Jahren Einkaufspotenziale,

bietet ihren Mitgliedern ein umfassendes Dienstleistungsspektrum und entwickelt ihre Dachmarken stetig weiter. In Österreich sind dem Verband aktuell

145 Mitglieder angeschlossen, davon treten 46 unter der Dachmarke Let's Doit auf, neun von ihnen sind auf den Holzfachhandel spezialisiert. Darüber hinaus gibt es 15 Instal-

lateure mit angeschlossenem Sanitärfachhandel unter der Marke Bad&Co. International ist die 3e in zehn Ländern im Osten Europas angesiedelt und zählt dort

weitere 158 Mitglieder, genauer in Bosnien-Herzegowina, Slowenien, Kroatien, Serbien, Montenegro, Kosovo, Ungarn, Tschechien, Slowakei und Rumänien.