

# „Online und Offline werden verschmelzen“

Die Frage ob offline oder online im stationären Einzelhandel sollte längst keine mehr sein, meinen syreta-Gründer Immitzer und Palnik.

**D**er Handel des 21. Jahrhunderts ist digital – auch am POS. Idealerweise profitieren Händler und Kunden dabei von den optimierten Prozessen. syreta liefert neben Know-how und der Technologie auch revolutionäre Konzepte, die eine echte Verbindung von stationären und digitalen Vertriebsformen möglich machen.

„Am Beginn von syreta vor 13 Jahren war alles Online-shop“, sagen Christian Immitzer und Alexander Palnik. Als die beiden 2008 die syreta gmbh gegründet haben, verstand man unter Digitalisierung im Handel gemeinhin: Onlineshop. Seither haben sie mit einem Team aus erfahrenen Programmierern, Technikern und Vertriebsspezialisten Hunderte E-Commerce-Projekte für namhafte Kunden aus verschiedenen Branchen umgesetzt.

## Reibungslos am POS

Von der Konzeption, über die Beratung zum Thema Omnichannel Retail, über die Integration digitaler Systeme bis hin zu Monitoring und Marketing sorgen die Experten von syreta heute für reibungslose Abläufe am POS. Und dieser muss in Zukunft digital sein, um Erfolg zu haben, ja um zu überleben, sind Palnik und Immitzer überzeugt. „Es wird weiterhin reine Onlinehändler geben, aber der stationäre Handel kann ohne digitale Präsenz nicht bestehen.“ syreta konzentriert sich seit jeher auf die Bereiche E-Commerce und Retail Management und komplettierte



© Daniel Hirtenskiogler

Das syreta-Gründerduo Alexander Palnik und Christian Immitzer sorgt seit 2008 für reibungslose Abläufe am POS.

”

*Der Kunde sucht im stationären Handel das Einkaufserlebnis. Er will die Ware angreifen und anschauen und im Idealfall noch kompetent beraten werden.*

**Alexander Palnik**  
Geschäftsführer  
syreta

“

2021 mit der Gründung der syreta uni retail technology gmbh das Tätigkeitsfeld.

„Optimal funktionierende Omnichannel-Lösungen erfordern perfekt ineinandergreifende Systeme, wie die Verknüpfung von Kundendaten und warenwirtschaftlichen Informationen, sowie eine einfache, intuitive Bedienbarkeit durch die Nutzer – Stichwort Convenience. Die Zusammenarbeit mit ausgewählten Systempartnern, etwa für Spezial-Software und Bezahlssysteme, gewährleistet reibungslose, sichere Abläufe für die Händler und deren Kunden“, geben die beiden Ge-

schäftsführer von syreta Einblick in ihr Verständnis davon, was Digitalisierung im Handel bedeutet.

## Saubere Stammdaten

„Excel und Co. beherrschen leider nach wie vor den Retail. Aber Excel ist keine Datenbank“, stellen Palnik und Immitzer klar. Voraussetzung für die Digitalisierung im Retail und von Verkaufsfeldern ist eine effiziente Datenerfassung. Die zunehmende Bedeutung von Daten, die systematische Analyse der Prozesse und das veränderte Konsumverhalten haben differenzierte Zugänge