

zur Digitalisierung hervorgebracht. Genau hier setzen die Experten von syreta an, genau zu diesem Zweck wurde auch die Tochter syreta uni retail technology gmbh gegründet. „Digitalisieren kann man nur *gesamtheitlich*“, betont Immitzer und nennt einige Puzzleteile: „Produktdaten, Werbedaten, Warenströme, Kundendaten, Prozesse, Storedaten, Payment, Flächeninformationen usw.“ Digitalisierung im Einzelhandel bedeutet, auf Basis dieser komplexen Datenlandschaft neue Konzepte zu entwickeln. „Letztlich geht es uns immer um Prozessoptimierung“, so Immitzer.

Am Anfang stehe jedoch nicht die IT, sondern das Maßband, ergänzt Palnik: „Jemand muss das Geschäft verstehen. Die Abläufe, die Prozesse in der Bestellung, der Logistik. Und auch im Geschäft die Ladenmöbel, Schaufenster, etc. abmessen und erfassen. Erst dann können Prozesse automatisiert und auch die neuen Werbematerialien in den Stores plakatiert und montiert werden. Es ist wichtig, zu verstehen, dass auch der E-Commerce-Kaufmann in erster Linie den Einzelhandel, das Kaufmännische und die Logistik dahinter beherrschen muss. Erst dann kommt die Technologie, und Prozesse können automatisiert, sprich digitalisiert, werden.“

Kunden nutzen alle Kanäle

Die Verschmelzung von stationärem und Online-Handel fordert den Einzelhandel auf vielen Ebenen und braucht von den Betreibern ein neues Verständnis. „Einmal bestellen die Kunden im Onlineshop, weil sie genau wissen, was sie wollen. Ein anderes Mal gehen sie ins Geschäft, weil sie Beratung brauchen“, erklärt Immitzer die smarten Shopper von heute. Für ihn ist klar: Die Digitalisie-

About syreta

syreta gmbh mit Sitz in Wels (Oberösterreich) wurde 2008 von Christian Immitzer und Alexander Palnik gegründet und ist spezialisiert auf die Entwicklung von intelligenten E-Commerce-Lösungen im B2C- sowie B2B-Bereich.

2008

rung im Retail ist keine Frage von entweder-oder. „Wir müssen *kanalübergreifend* denken, omnichannel eben, und nicht zwischen Kanälen unterscheiden. Hier trennen die Kunden nicht mehr bewusst“, so Palnik.

Die dynamischen Konsumenten sind es längst gewohnt, sich auf ihrer Customer Journey in verschiedenen Channels zu bewegen und auch beim stationären Einkauf das Smartphone parat zu haben. Und dieses neue Verhalten erfordert ein neues Denken; Palnik spricht daher auch nicht von einzelnen Digitalisierungsschritten im Retail oder am POS, sondern von einer Revolution im Einzelhandel, die zu einer tatsächlichen Verschmelzung von Online und Offline führe.

365 Tage autonom einkaufen

Bei syreta sind neue Konzepte im stationären Handel keine Zukunftsmusik, sondern markt-

”

Wir sind kein Start-up. Wir entwickeln erwachsene Systeme. Dabei geht es um die intelligente Verknüpfung von Prozessen.

Christian Immitzer
Geschäftsführer syreta

“

reif. Eine Realisierung des autonomen Stores von syreta erfolgte im Lebensmitteleinzelhandel mit der UNIBox von Unimarkt.

Dominik Leitner, Co-Geschäftsführer der neuen syreta-Tochter uni retail technology gmbh, hat an der Umsetzung der neuen Vertriebsschiene von Unimarkt maßgeblich mitgewirkt: „Das Kleinstflächen-SB-Konzept bietet vielfältige



© Daniel Hiltner/skogler