



© Benedikt Weiss (2)

Kick-off

Romina Jenei, CEO der RegioPlan Consulting GmbH (r.), eröffnete das Symposium, Moderatorin Eva Pölzl führte durch die Veranstaltung.

Mit Flexibilität in die Handelszukunft

Das 26. Retail Symposium by RegioPlan stand unter dem kämpferischen Motto „The Show Must Go On!“

WIEN. Das „Retail Symposium“ des Beratungsunternehmens RegioPlan ist eine der am längsten etablierten Handels- bzw. Handelsimmobilienveranstaltungen Europas – es fand heuer bereits zum 26. Mal statt. Mehr als 300 Entscheidungsträger der Branchen Handel und Immobilien versammelten sich wie gewohnt im Palais Ferstel in der Wiener City, und lauschten einer Reihe von Vorträgen und Podiumsgesprächen zu den Themenblöcken „People, Places and Pleasure“.

Der Kunde will mehr

Zum Kick-Off der Veranstaltung sprachen Martina Wasserbauer von MWI Immobilien/RegioPlan Consulting und Amela Salihovic von RegioData Research über das Thema „Fiktion oder Wahrheit: Schlagzeilen unter professioneller Bewertung“. Erörtert wurde dabei, wie es „wirklich“ um Themen wie (Online-)Han-

del, Selbstbedienung oder Wirtshaussterben steht. Die Quintessenz: Oft dramatisch kommuniziert, aber doch bedingt wahr.

„Ist der Kauf nur Nebensache?“ fragte Gertraud Auinger-Oberzaucher, Geschäftsführerin von themata, provokant in ihrem Vortrag über die Bedürfnisse der Kunden – um schließlich aufzuschlüsseln, dass diese „heutzutage weit mehr als nur Qualität erwarten. Exklusivität, Individualität, Emotionen und Authentizität sind ebenso von großer Bedeutung.“ Ein besonderes Augenmerk galt dabei der Rolle des Händlers als Gastgeber: Geschäfte sollen besondere Orte der Atmosphäre und des Wohlfühlens sein, wo Beziehungen gepflegt und Kunden herzlich willkommen geheißen werden, so Oberzauchinger.

Eine Expertengruppe aus Nikolaus Köchelhuber von EY Parthenon, Lorentz Edtmayer von Disrupt, Lukas Wieser von My-

FlexBox und RegioPlan Consulting-CEO Romina Jenei widmete sich anschließend den großen E-Commerce-Giganten samt ihrer extremen Wachstumsstrategien. Der Konsens: Europäische Unternehmen könnten von diesen Modellen gewisse Strukturen „abschauen“, sollten jedoch vorsichtig sein, da eine direkte

Nachahmung durchaus problematisch und unter europäischen Rahmenbedingungen oft auch nicht möglich wäre. Zusammengefasst wurde, dass E-Commerce-Unternehmen häufiger radikaler und mutiger sind und sich dadurch oft schneller als stationäre Händler an die Kundenbedürfnisse anpassen.

Handel ist Wandel

Weitere diskutierte Themen kreisten um Nachhaltigkeit als Standortqualität, Lobbying im Einzelhandelsimmobiliensektor und – zum Abschluss – die Zukunft des Einzelhandels, welcher es, laut der Vortragenden Joanna Fisher (ECE Marketplaces), „mit Flexibilität und der Fähigkeit, sich mit Veränderungen auseinanderzusetzen“ zu begegnen gelte. (red)



Manuel Friedl (Handelsverband) mit Elisabeth Fixl und Florian Richter (Marketingmanagerin bzw. Center Manager Wien Mitte The Mall).