

Innovationen im Handel - Verpassen wir die Megatrends der Zukunft?

Deutscher Online-Handelskongress
Frankfurt, 8.5.2012

Agenda

1. Vorstellung
2. Information über das Buchprojekt
3. Die Megatrends im Handel
4. Podiumsdiskussion
5. Reagiert der stationäre Handel zu langsam?
6. ... und der Online Handel?
7. Fazit



Vorstellung

- Seit 2011 Selbständiger Unternehmensberater
- Von 2001-Ende 2010 Geschäftsführer der Media-Saturn Holding mit Verantwortung für IT, Organisation, Logistik und Technische Innovationen
- Von 1997-2001 IT/Orga Verantwortung bei der Metro Group u.a. für Metro Cash&Carry Großhandel, real-, Kaufhof und Praktiker
- Von 1986 bis 1995 bei der IBM Deutschland in verschiedenen Funktionen tätig



Information über das Buchprojekt

- Durchführung des Projektes von 03/2011 bis 12/2011.
- Insgesamt 16 CEO's und Vorstände im Handel, IT-Industrie und Verbänden wurde auf Basis eines standardisierten Fragebogens interviewt .
- Die Antworten sind, wenn auch individuell, gut vergleichbar.
- Überraschung: Es gibt eine hohe Übereinstimmung in den Grundaussagen der Trends, mit unterschiedlichen Schwerpunkten!
- Hohe Offenheit der Interviewten!



Information über das Buchprojekt

- Durchführung des Projektes von 03/2011 bis 12/2011.
- Insgesamt 16 CEO's und Vorstände im Handel, IT-Industrie und Verbänden wurde auf Basis eines standardisierten Fragebogens interviewt .
- Die Antworten sind, wenn auch individuell, gut vergleichbar.
- Überraschung: Es gibt eine hohe Übereinstimmung in den Grundaussagen der Trends, mit unterschiedlichen Schwerpunkten!
- Hohe Offenheit der Interviewten!

Interviewpartner

| | |
|-----------------------|----------------------------|
| Alain Caparros | REWE Group |
| Reinhard Clemens | T-Systems |
| Michael Eberhardt | HP |
| Thomas Fell | Wincor Nixdorf |
| Michael Gerling | EHI |
| Erich Harsch | dm |
| Karl-Erivan Haub | Tengelmann |
| Gerhard Hausruckinger | GFK |
| Eckhardt Heidloff | Wincor Nixdorf |
| Martin Jetter | IBM |
| Fritz Jousen | Vodafone |
| H.J.Körber | AR Esprit, Air Berlin |
| | Gruppe von Familienuntern. |
| N.N. | |
| Volker Smid | HP |
| | Forum für |
| Klaus Wiegandt | Verantwortung |
| Frank Wiemer | REWE Group |

Die Megatrends im Handel

- Insgesamt **fünf** Megatrends
 1. Corporate Social Responsibility
 2. Demographischer Wandel
 3. Lifestyle und Convenience
 4. „SoLoMo“
 5. Retail Branding
- Hohe Vernetzung und Abhängigkeiten der Trends untereinander



Podiumsdiskussion

Thomas Fell

Member of the Executive Board
der Wincor Nixdorf AG

Michael Gerling

Geschäftsführer EHI Retail Institute

Dr. Gerhard Hausruckinger

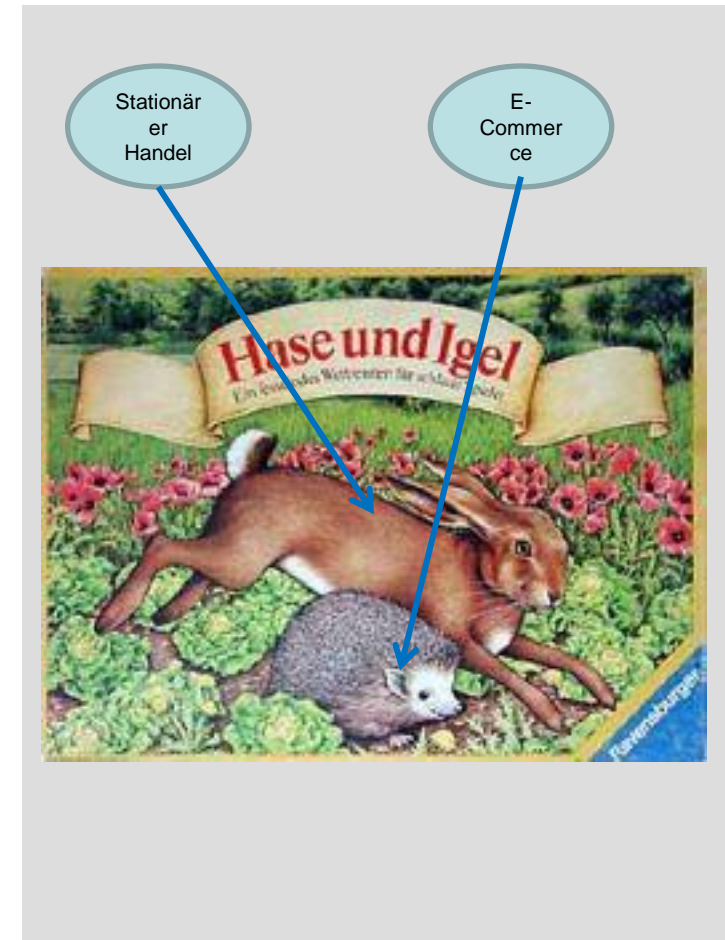
Vorstand GFK SE

Wolfgang Lux

Lux Unternehmensberatung
Moderator

Reagiert der stationäre Handel zu langsam?

- Abweichende Innovationskultur zu anderen Ländern
- Bisher sehr starker Fokus im stationären Handel auf inkrementelle Innovationen auf operativer Basis
- Hoher Fokus auf „Preis“ verhindert Innovationen
- Der stationäre deutsche Handel hat bzgl. Internet zum Teil ein klassisches „Paradigmenproblem“
- Das Problem wird sich in den nächsten Jahren spürbar verschärfen:
- „ 2012 wird ein fundamentaler Wendepunkt. Wir werden eine grundsätzliche Neuorientierung von immer mehr Informationen und neuen Services hin zum Nutzer erleben“, Nikesh Arora, Google auf der DLD 2012



... und der Online-Handel?

- Achtung: Megatrends gelten auch für den Online-Handel, z.B. CSR, Convenience, Retail Branding.
- Demographische Entwicklung spricht für den Online-Handel
- Pragmatismus und Bereitschaft zu Workarounds im Onlinehandel größer als im stationären!
- Aber der Kunde wird auch bzgl. Onlinehandel fordernder. Der Druck auf Multikanal nimmt auch für Onlinehändler zu. (Amazon, Zalando)
- „Retail Branding goes Multichannel“
- Der Onlinehandel hat beste Voraussetzungen, aber man sollte den stationären Handel nicht unterschätzen!



Fazit

- Der stationäre deutsche Handel muss innovativer werden. „Nicht immer, aber immer öfter“
- Wer die Megatrends ignoriert kann große Probleme bekommen, egal ob online oder offline.
- Der Kampf der Kanäle hat gerade erst begonnen
- Der Kunde wird noch fordernder und hybrider. Er will alles und sofort: online und stationär!
- Changemanagement ist und bleibt der wichtigste Schritt
- Aus Sicht des Kunden: Danke an das Internet, denn jetzt ist er wirklich König!



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Diskutieren Sie ab Ende Mai mit:

<http://de-de.facebook.com/pages/Innovation-im-Handel-Verpassen-wir-die-Megatrends-der-Zukunft/208160805935561>

