

Was Sie jetzt über den Handel von morgen wissen müssen

Das Trendforum Retail ist alljährlich in Frankfurt am Main das professionelle Schaufenster in die aktuelle Handelsentwicklung hinein. Kein reines Zahlen jonglieren wie auf manch andersartigen Fachveranstaltungen. Vielmehr eine Trendschau mit konkreten aktuellen Beispielen von den Wurzelspitzen des Handels, wie sie versuchen, in neuem Terrain auf Kunden zuzuwachsen – immer auf der Suche nach den Leads, Kundenbeziehungen und Ertragsmöglichkeiten von morgen. Durch den Dschungel der Fragen nach dem „Wie geht's im Handel weiter?“ will das TrendForum Retail für Handels- und Markenverantwortliche mithilfe neuer Herangehensweisen breite Wege zum Kunden schlagen.

Von Engelbert Kötter

Wer das Trendforum Retail besucht, kehrt verändert an seinen Schreibtisch zurück. Ist man es auf manch anderen Veranstaltungen eher gewohnt, dass dort diskutierte Betrachtungen über die Handelsentwicklungen den Horizont des Herkömmlichen in etwa wahren, versteht es Veranstalter und Einzelhandelsentwickler Daniel Schnödt mit seinen Forumspartnern zusammen, das Eruptive des Einzelhandels herauszukitzeln. Das, was sich angesichts der dramatischen Handelsentwicklungen der letzten Jahre jetzt in neuen Handelsformen Bahn bricht. Eruption als das Hervorbereiten neuer und das Zerreißen alter Handels-

strukturen. Oder wussten Sie schon, dass es ertragreiche Handelsauftritte gibt, bei denen nichts verkauft wird? Stichwort D2C – Direct-to-Consumer. Das Trendforum Retail belegt und beschreibt solche Entwicklungen, macht sie verstehbar und ebnet so den Weg zur Überprüfung des eigenen bisherigen Handelsauftritts – gegebenenfalls, den zu seiner Nachjustierung. Denn welche Herausforderung muss der stationäre Einzelhandel jetzt stemmen, um bei der Vielzahl der verlockenden schnell & einfach-Kaufkanäle seine eigene Kundenattraktivität neu zu definieren? Reine Warenversorgung allein ist für Kunden kein Grund mehr, aufwändig ins Geschäft zu fahren. Daniel Schnödt fasst den neuen Ansatz so zusammen: „Gib dem Kunden einen Grund zu kommen, gib ihm einen Grund zu bleiben und einen Grund, darüber zu sprechen!“

Mindset für Mutige

Wer das Trendforum Retail besucht, kehrt verändert an seinen Schreibtisch zurück. Denkt neu darüber nach, wie sie oder er im eigenen Verantwortungsbereich von Handel oder Marke mit Kunden bestmöglich umgeht. Sicher nicht so, wie bisher. Genereller Trend: Weg von der warenwirtschaftlich orientierten Flächenbewirtschaftung des Einzelhandels,

hin zur erlebnisorientierten Kundenbewirtschaftung mithilfe der Macht der Marke. Diese auch D2C – Direct-to-Consumer.

Das Trendforum Retail ist nicht gemacht für „Weiter so“-Menschen oder „Warten wir's mal ab“-Zeitgenossen. Es ist ein Wumms für diejenigen Macher und Early Birds, die den Mut dazu haben, sich in ihrer Kategorie richtungsweisend neu an die Spitze zu stellen. Weil es nur wenige gibt die aus diesem Holz geschnitzt sind, ist das Trendforum Retail mit seinen rund 100 Teilnehmenden herrlich kompakt und ermöglicht den schnellen Zugang zu und den einfachen Umgang mit anderen Teilnehmenden, für fruchtbaren Austausch miteinander.

Titel, Trends und Themen

Handel ist Wandel, weil er vom Austausch lebt. Austausch heißt auch: Kommunikation. Austausch untereinander ist längst geprägt von den technischen Möglichkeiten der Digitalität. Langsam nur hatte sich der Handel nach Markteinführung des Smartphones 2007 daran gewöhnt, dass Warenaustausch auch digital über das Internet erfolgen kann. Tat als Randerscheinung ab, was heute längst Realität ist. Das seinerzeit noch ungewohnte „mobile first“ nutzen heute längst auch die Zauderer



„Mein Rat an den Handel: Transformieren Sie! Seien Sie kreativ, geben Sie disruptiven Ideen einen Raum, werden Sie Zukunftsmacher:in.“

Nicole Srock.Stanley, Retail- und Destination-Expertin

und Bedenkenträger von vor zehn Jahren für sich selbst.

Heute haben sie für sich verstanden, dass Onlinehandel nicht das Ende des stationären bedeutet, sondern ihn als eine weitere Variante ergänzt und sogar bereichert. Dass der eigene Onlinehandel der Auffindbarkeit im Markt und der regionalen Verortung in der Vielfalt dient. Längst gehen internet pure player nicht ohne Grund den umgekehrt komplementären Weg, über ihren Netzauftritt hinaus stationäre Standorte zu besetzen – um sich haptisch erfahrbar zu machen und damit umso deutlicher im Mindset der Kunden zu verankern.

Heute haben einstige Kritiker unter den Einzelhändlern es verstanden, dass Marken eigene Internetshops errichtet haben. Nicht als Wettbewerber der sie auf der Fläche vertretenden Einzelhändler, sondern um Markenpflege zu betreiben bis hin zum Preisanker im Meer der Preisunterbietungen in der Handelspraxis.

Hier setzt das Trendforum Retail 2021 höchst spannend an. Heuer steht es nämlich unter ▶

Der Autor



Engelbert Kötter
Freier Gartenbau-Marketing-techniker und freier Fachjournalist rund

um aktuelle Themen der Handelsentwicklung



Das Trendforum Retail zu Gast im Multi-Marken Center MyZeil in Frankfurter am Main: Forums-Moderatorin Nicole Srock.Stanley, MyZeil Food Event Managerin Annett Gurczinski und Forums-Veranstalter Daniel Schnödt (v.l.n.r.).

Fotos: TrendForum Retail/Felix Holland

Terminvormerker

Das Trendforum Retail 2021 findet am 7. Oktober im Gibson in Frankfurt am Main statt. Das Gibson gilt als einer der feinsten Clubs Deutschlands. Am Vortag, den 6. Oktober, besteht für eine begrenzte Teilnehmerzahl (ca. 25 Personen) ab 12 Uhr die Möglichkeit zur Teilnahme an einer Storetour durch die Retailszene Frankfurts. Zur Wahl stehen dabei zwei unterschiedliche Touren. Der gemeinsame Vorabend-Kochevent bietet exzellente Möglichkeiten zum Netzwerken und ist begleitet von einem ersten Impulsvortrag („Retail zwischen Menschlichkeit und Natur“) sowie einem Talk zum Thema Digitale Transformation 4.0.

dem Titel „Digitale Lösungen für den Einzelhandel“. Es spürt also unter diesem Thema dem Trend nach, dass digitaler und haptischer Handelsauftritt inzwischen nicht mehr nur nebeneinander stehen. Digitale Technologien sind schließlich längst auf den Flächen des stationären Einzelhandels angekommen. Schon heute erfolgreiche neue Storekonzepte zeigen im Trendforum Retail 2021 auf, was dazu erforderlich ist, um mit digitalen Technologien auf den Flächen Kunden zu überraschen, zu unterstützen, sie in der Kaufentscheidung zu lenken und an den Handelsauftritt zu binden. Denn ebenso längst stellt sich nicht mehr die Frage, ob digitale Komponenten am PoS wirkungsvoll eingebettet werden können, sondern wie man das in der Praxis konkret und optimal gestaltet. Hier vertritt Handelsexperte und Forumsveranstalter Daniel Schnödt die klare Haltung: „Vom ersten Moment der Planung eines Storekonzeptes bis zum ersten Kaufakt des Kunden, muss digitale Technik sinnvoll eingebettet und konnektiv geplant sein!“. Hier, verspricht er, werde das Trendforum Retail 2021 Einblicke in die „Geheimnisse und Erfolgsgaranten digitaler Technologien“ geben.

Personen und Programm

Das Trendforum Retail 2021 ist eine top Select-Veranstaltung. Eine Wissens- und Austauschplattform zum Thema Digitalisierung im Handel. Es verliert sich nicht in den Konjunktiven von Könnte und Sollte, sondern beginnt am 6. Oktober mit einer handfesten Storetour im Raum Frankfurt am Main / Wiesbaden. Dort besuchen die Teilnehmenden in kleineren Gruppen und unter fachkundiger Führung neueste und exemplarische Einzelhandelsstandorte, die das Thema erlebnisorientierte Neue Digitalität bereits auf der Fläche leben. In einigen Fällen stehen den Besuchern die jeweiligen Betreiber dabei Rede und Antwort.

Am Abend des 6. Oktober findet ein gemeinsamer Vorabend-Kochevent im Showcase Weltstadtwarenhause Galeria statt. Das gewährt vertiefende Einblicke in ein Prototyp-Projekt, das von dort aus weltweit von anderen Standorten übernommen werden soll. Der Event am Premium-Ort bietet exzellente Möglichkeiten zum Netzwerken und ist bereits von einem ersten Impulsvortrag („Retail zwischen Menschlichkeit und Natur“) begleitet. Desgleichen von einem Talk zum Thema Digitale Transformation 4.0 und ihrer Möglichkeiten, den Einzelhandel in verkarstenden Innenstädten neu zu beleben.

Best Practise Beispiele prägen, wie bereits am Vortag, am Haupttag der Veranstaltung, dem 7. Oktober, den Programmverlauf. In hochkarätig besetzten Vorträgen stellen die Referierenden spannende Retailformate und spektakuläre Lokationen vor. So entwickelt sich für die Teilnehmenden im Tagesverlauf ein komplexes Bild der aktuell im stationären Einzelhandel stattfindenden Veränderungsprozesse – allesamt angetrieben durch neue digitale technologische Möglichkeiten. Angetrieben durch sich



Trendforum Retail heißt: zuhören, lernen, netzwerken...

veränderndes Kundenverhalten – im digitalen Sinne eben Userverhalten. Spätestens die vom Handel so heftig umworbenen jungen Zielgruppen sind nämlich längst keine vor Ort-Käufergruppe mehr. Sie verlangen vielmehr nach dem von Schnödt so treffend formulierten digital basierten Dreisatz: ein Grund um zu kommen, ein Grund um zu bleiben und ein Grund, darüber zu kommunizieren.“ Warenversorgung allein, bedient das nicht mehr.

Co-Fokus der diesjährigen Veranstaltung ist es, ergänzend zu den im Titel beschriebenen digitalen Aspekten auch, die neuen Säulen des Retail verständlich zu machen: ihre neuen autonomen Formate, das neue Handlungsfeld der Experience Economy, aber auch die Säule der revolutionären neuen Marken-Erlebniswelten. Um als Teilnehmender hier zu neuen Handlungsimpulsen für den eigenen Geschäftsauftritt zu finden, will das Trendforum Retail 2021 den Handels- und Markenverantwortlichen neue Ideen, Konzepte und Impulse an die Hand (beziehungsweise ans Hirn) geben. Aus der Grünen Branche wird Sagaflor Vorständin Ursula Lindl als Sprecherin vertreten sein. Sie beleuchtet die Wechselwirkung zwischen dem Internet der Dinge (Internet of Things, IoT) und der Handelslandschaft der Grünen Branche: IoT-Gardening als Herausforderung für die Zukunft. Weitere Themen des Tages werden unter anderem sein: „Einzelhandel 4.0 im Spannungsfeld digitaler Transformation“, „Retail zwischen Kunst und Fankultur“, „Der Handel zwischen Erlebnis- und Datenraum“.

Carsten Schemberg, Präsident des Deutschen Ladenbauverbandes, macht mit seinem Forumsbeitrag ein echtes Fass auf: „Neue Formate für den stationären Handel!? Ein existentielles Thema für uns alle in diesen turbulenten Zeiten.“ „Existentiell“, weil nach Eintritt digitaler Formate in die Handelsbranche jetzt auch personallose Einzug halten. So sind verkäuferlose Formate in vielen Branchen auf dem Vormarsch. Etwa mit „teo“ in Fulda, dem rein digitalen Lebensmittelladen von tegut. Der ist mittlerweile überhäuft mit höchstkarätigen Branchenpreisen: „Innova-



... und ausprobieren neuer Techniken.

tionspreis des Handels“, „Store of the Year-Award“, „reta-Award“ in der Kategorie „Best Customer Experience“: als zukunftsorientierte Technologie und Methode, um Kundenloyalität und -zufriedenheit zu erhöhen. „Digital und Nachhaltig – die Erfolgsstory hinter teo“ ist der Titel des Forumbeitrags des teo-Projektleiters Sören Gatzweiler über autonomes Shoppen. Angesichts der Schwierigkeit, ausreichend Fachpersonal für den Grünen Einzelhandel oder auch den Zoofachhandel zu finden, bedient Gatzweiler sicher auch ein brandaktuelles Thema für diese beiden Branchen.

Alles Zukunftsmusik? Für Zögerer und Bedenkenräger ganz sicher. Dieselben „Kopf in den Sand“-Stecker haben noch vor wenigen Jahren auch den Onlinehandel als Randerscheinung abzutun versucht. Heute ist der mit einem Umsatz von rund einer Milliarde Euro am Gesamtumsatz von rund 18,5 Mrd. Euro der Grünen Branche eine längst nicht mehr wegzudenkende Realität. So einfach schließt sich denn der Kreis: Das Trendforum Retail 2021 macht nicht vor dem Morgen des Handels halt. Es gestaltet dieses Morgen in einer frühen Phase mit. ■

Weitere Details und Anmelde-möglichkeiten unter: <https://www.trendforum-retail.de/programm/>

Anzeige