

Digitale Erfolgsgaranten für den stationären Einzelhandel

Das Trendforum-Retail 2019 zeigt am 9. und 10. Oktober in Frankfurt Retail Highlights, die Geheimnisse erfolgreicher Handelsformate und bringt die digitale Customer Journey auf den Punkt. Eine Vorschau auf das Programm, zusammengestellt von **Claudia Kordes**.



Café Elliots ergänzt die Konzepte Lebensraum Garten und fruchtbengel.de von Christian Müller (Baumschule Müller). Er wird auf dem Trendforum Retail vertreten sein. Fotos (2): Martina Herma

Nach den Erkenntnissen des Trendforums 2018 geht es in diesem Jahr aber auch um den Leitgedanken der neuen Handelswelten: „Gib dem Kunden einen

Grund zu kommen, gib ihm einen Grund zu bleiben und gib ihm einen Grund, darüber zu sprechen!“ In den kommenden Jahren wird der Umsatzanteil im

Onlinehandel sicherlich die 20 Prozent Hürde überschreiten. Die Gründe dafür sind vielfältiger Natur und reichen vom Aufwand für die Fahrt, über Verfügbarkeit der Produkte oder Öffnungszeiten bis hin zur Qualität und Quantität an Fachpersonal.

Erfolgreiche Storekonzepte zeigen, was notwendig ist, um tatsächlich positiv in die Zukunft schauen zu können, denn digitale Technologien sind auf den Flächen des stationären Einzelhandels angekommen. Längst stellt sich nicht mehr die Frage, „ob“ sondern „wie“ man digitale Komponenten wirkungsvoll am POS zum Einsatz bringt.

Zwei Storetouren im Vorprogramm

Unter dem Motto „vom ersten Tag der Planung eines Storekonzeptes bis zum ersten Kaufakt des Kunden, muss digitale Technik sinnvoll eingebettet und konnektiv geplant werden!“, wird das Trendforum 2019 Einblicke in die Erfolgsgaranten digitaler Technologien geben.

Zwei Storetouren sind im Vorprogramm, im Schwerpunkt Lebensmittel und Consumer Electronic/ Fashion. Darunter Douglas, Samsung, Saturn, MyZeil, Edeka oder Rewe mit StartUp Installationen. Hier haben die Teilnehmer unter anderem die Möglichkeit den Sprachassistenten Sammy von Entwickler Florian Weigang, Dialogue Tech FMC kennenzulernen – live integriert im StartUp Vinou – dem Netzwerk für die Weinbranche. Christian Müller von Baumschule Müller und Lebensraum Garten will „mit seinen Ideen die grüne Branche nachhaltig revolutionieren“ und zeigt mit fruchtbengel.de einen digitalen Berater und Konfigurator für Obstgehölze.

Referent Alexander Berger, Geschäftsführer beim Sport- und Modehaus L&T Lengermann und Trieschmann in Osnabrück referiert in seinem Beitrag „Agil und digital – die Macht der Wel-

le“, wie ein „authentischer dritter Ort geschaffen wird, um Kunden zu begeistern.“ Daneben sind weitere aktuelle Themen und außergewöhnliche Referenten im Programm. Jürgen Hanke von der BBE Handelsberatung München GmbH referiert zum Thema „Einzelhandel reloaded – Fakten, Prognosen, Chancen und Herausforderungen.“

Dabei geht es um die Frage wo der Einzelhandel in seiner Entwicklung aktuell steht, welche Chancen sich dem stationären Handel mit dem richtigen Geschäftsmodell bieten und welchen Herausforderungen begegnet werden muss: Fokussieren, an digitalen Themen zu partizipieren und im wesentlichen sein

Geschäftsmodell immer wieder zu hinterfragen und in Rahmen kleinerer Projekte der stationären Exzellenz näher zu kommen. Diskussions-, Talkrunden und Netzwerk-Möglichkeiten runden das Trendforum ab.

Es startet am zweiten Tag wieder im Samsung-Showroom, einem Mekka der Digitalisierung. Ebenfalls wiederholt wird das Kochevent im Maggi-Kochstudio. Bereits im Vorjahr wurde dieses Event mit sagenhaften 1,0 bewertet. Daher haben die Teilnehmer auch in 2019 erneut die Möglichkeit hessisch, herzhaft und leidenschaftlich zu kochen und zu netzwerken.

Mehr Informationen: trendforum-retail.de

Anzeige

Save the Date!

6. BHB-GardenSummit

3. September 2019, am Nachmittag



Kongress

Im Congress Centrum Nord der Messe Köln



BBQ

anschließend im Atrium des Congress Centrum Nord der Messe Köln



Ausstellung

Präsentation neuer Produkte und innovativer Dienstleistungen

Partner:



Unser herzlichster Dank gilt unseren Unterstützern:



Jetzt vormerken!

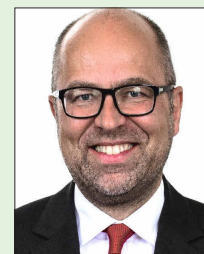
www.gardensummit.de

Trendforum Retail

am 9. und 10. Oktober

Aus dem Programm

Speaker Marcus Meyer: Als Moderator Sport und E-Sport Evangelist begleitet er heute führende Unternehmen und Messeveranstaltungen in der digitalen und viralen Verbreitung ihres Contents. **Speaker Christian Müller:** Vor zehn Jahren inszenierte er das einmalige Lebensweltenkonzept **Müller Lebensraum Garten**. In den letzten zwei Jahren schuf er neben dem Obstbaumgenerator **Fruchtbengel** ein intelligentes Device für Pflanzen, das aktuell in den USA und in Deutschland getestet wird. **Moderator Dr. Gerd Wolfram** ist Geschäftsführer von IoT Innovation und Autor von **Digital Connection**. **Speaker Alexander Berger:** Geschäftsleitung Lengermann & Trieschmann. Dort ist er verantwortlich für alles „was der Kunde nicht sieht“. **Speaker Thomas Zumnorde:** Mit Thomas Zumnorde hielt die Digitalisierung und Etablierung des Online-Business wie auch der spätere Launch des Online-Shops Einzug. **Moderator Prof. Dr. Rüschen:** Seit 2013 ist Prof. Dr. Stephan Rüschen Professor für Lebensmittelhandel an der DHBW in Heilbronn. Seine Leidenschaft in Forschung und Lehre liegt unter anderem im Handelsmarketing, Category Management und der Digitalisierung. **Anmeldung und weitere Infos:** www.trendforum-retail.de



Stephan Rüschen



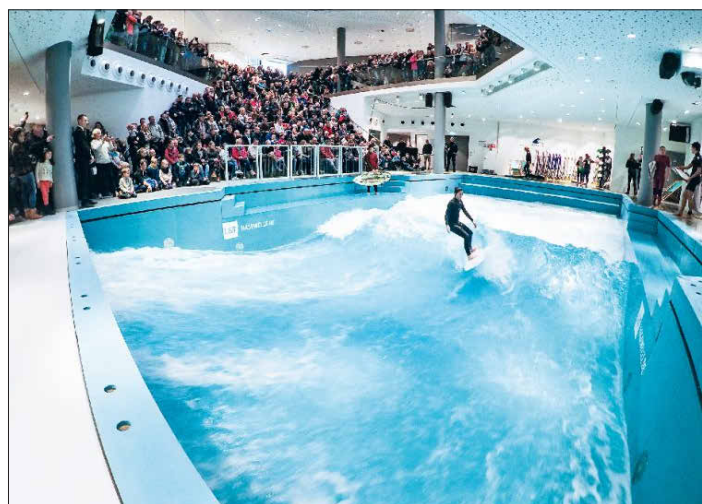
Marcus Meyer



Thomas Zumnorde

(ts)

L & T „Die Welle“



„Die Hasewelle“ bei L+T: Pilgerort für Instagramer & Co.

Foto: L+T

Alexander Berger
Geschäftsführer L&T Lenger-
mann und Trieschmann,
Osnabrück
www.l-t.de

„Die Zukunft des Handels liegt in der Weiterentwicklung zum Third Place, der von persönlichen, authentischen Erlebnissen und Beziehungen geprägt ist und wo der Einkauf das Ergebnis von Inspiration, und nicht vom Bedarf ist.“

L & T pflegt seit mehr als einem Jahrhundert die Philosophie, dass der Einkauf in einem der größten und bekanntesten Modehäuser Norddeutschlands immer auch ein Erlebnis ist. Mit dem 2018 neu eröffneten Sporthaus, setzt L&T in Osnabrück

neue Maßstäbe für Erlebnis-Shopping.

Mehr als 5.000 Quadratmeter auf fünf Etagen, auf denen es um weit mehr geht, als die richtige Ware zum richtigen Zeitpunkt bereitzustellen. „Wir bringen den Sport ins Sporthaus“, so Berger. „Und die Menschen im besten Fall dazu, ihre Freizeit in der Stadt, bei uns, zu verbringen.“

Herzstück des neuen Hauses, das direkt an das Modehaus anschließt, ist das 7,5 mal 16 Meter große Wellenbecken, in dem eine so genannte stehende Welle zum Indoor-Surfen einlädt. Um dieses Becken herum ist das ganze Haus konzipiert.

Eine Arena mit hundert Sitzplätzen und einem Fitnessstudio,

das Training in dünner Luft wie auf 2500 Metern Höhe ermöglicht runden das Aktiv-Angebot ab. Mit dem neuen Konzept gibt L & T ein klares Bekenntnis zum stationären Handel.

Mit der Idee nicht nur Einkaufsmöglichkeiten anzubieten, sondern das Modehaus als Teil der Freizeitindustrie, Publikumsmagnet und Treffpunkt für die ganze Region zu sehen, inspiriert und überrascht L & T den Kunden.

Das Sortiment bietet neben Mode alles was vom persönlichen Styling-Coach bis hin zum Online-Shop dazu gehört. Darüber hinaus steht ein Sortiment styliher Wohnaccessoires bereit um den individuellen Lifestyle Zuhause leben zu können.

Auch in kulinarischer Hinsicht schafft Lengermann und Trieschmann mit verschiedenen Bars oder Restaurants eine Atmosphäre, die die Aufenthaltsqualität und die Verweildauer steigert. Highlights wie Moonlight-Shopping, Modenschauen oder regelmäßige Aktionen, bei denen der Kunde immer etwas Besonderes entdeckt, runden das Angebot ab. (ck)



Café Elliots bei Müller

Christian Müller
Geschäftsführer MeinLebens-
raumGarten | Fruchtbengel,
Mauer/Bammental
www.meinlebensraum.com

„Das Verkaufen nach Lebenswelten, in denen die Pflanze als Produkt begriffen und vermarktet wird, ist ein wichtiger Schritt im Gartenbau. Denn schon jetzt geht es darum, dem Kunden Lösungen zu bieten. Zum einen durch ein Einkaufserlebnis, das alle Sinne anspricht, aber auch das Einbinden der digitalen Plattformen wie **Fruchtbengel.de**, die meine Kernkompetenz als

Baumschuler in Form eines digitalen Beraters und Konfigurators für Obstgehölze umsetzt.“

Christian H. Müller führt gemeinsam mit seiner Frau die Baumschule Müller sowie die Müller Lebensraum Garten GmbH in mittlerweile vierter Generation. Mit dem Verkaufen nach Lebenswelten gelang ihnen ein revolutionärer Schritt innerhalb der Grünen Branche. Das Erlebnis besondere Pflanzen zu kaufen bietet Müller auf rund 7500 m² Ausstellungsfläche in Mauer, mitten in der Metropolregion Rhein-Neckar. Der Kunde wird von der Lebendigkeit und dem Charakter der Pflanzen in Kombination mit schönen Dingen inspiriert, die den Besuch durch Qualität, fundierte Beratung und Service zum Erlebnis macht. Um Luft zu holen und aufzutanken kann der Besucher sich im Café Elliot's eine Auszeit einlegen. In der Baumschule produziert Familie Müller seit 1911 auf rund 35 Fußballfeldern Pflanzen, regional und nachhaltig, im Einklang mit der Natur.

Um den Einkauf zum Erlebnis zu machen wurde das Außengelände von „Lebensraum Garten“ in den fünf unterschiedlichen Lebenswelten asiatisch, mediterran, modern, romantisch und traditionell gestaltet. Pflanzen sind

das Herzstück des „Lebensraum Gartens“. Das Sortiment wird durch passende Accessoires und Lifestyle-Produkte ergänzt, damit der Kunde draußen die gleiche Wohlfühlatmosphäre wie in seinem Wohnzimmer schaffen kann. Schwerpunkt hier ist eine passende, auf den Kunden zugeschnittene Beratung. Das sich diese Expertise auch online übertragen lässt, zeigt Christian Müller mit fruchtbengel.de.

„Auf fruchtbengel.de kann der Kunde den richtigen Obstbaum für seinen Garten, Balkon oder Terrasse online kaufen und bekommt ihn frisch aus unserer Baumschule nach Hause geliefert. Hierfür kann er über die Produktsuche, das für seine Anforderungen beste Gehölz wählen. Rezepte, Wissenswertes rund um Obstgehölze und Beerensträucher sowie eine Liste von Fachhändlern für den Direktbezug runden die Website ab. Unsere Fruchtbengel sind Obstbäume und Beerensträucher, die wir in unserer Baumschule nahe Heidelberg fachgerecht kultivieren. Bei der Sortenauswahl steht der Fruchterfolg des Kunden im Vordergrund. Hierfür haben wir die Auswahl in Zusammenarbeit mit Hubertus Siegler, Leiter des staatlichen Versuchsgutes in Veitshöchheim, getroffen. Hierbei standen Geschmack, Robustheit, Reifezeit und Selbstfruchtbarkeit an erster Stelle, damit der Kunde eine möglichst pflegeleichte Pflanze erhält, mit der er den größtmöglichen Erfolg hat.“ (ck)



„Einstieg in den Voice Commerce mit Dialogue-Technologies“

Florian Weigang
Managing Director Dialogue
Tech FMC GmbH, Hamburg
www.dialogue-technologies.com

„Große US-Unternehmen wie zum Beispiel Amazon oder Google haben in den letzten Jahren die Vermarktung von sprachbasierter Interaktion stark vorangetrieben. In Deutschland nutzen bereits sieben Prozent, in den USA mehr als 20 Prozent der Haushalte Sprachassistenten. Konsumenten gewöhnen sich an höhere Convenience und Personalisierung durch Sprachinteraktionen und schon heute können sich 50 Prozent der Konsumenten vorstellen, Voice im E-Commerce zu nutzen.“

Dadurch entsteht für Unternehmen ein großes Potential, sich einen Wettbewerbsvorteil zu sichern: Indem sie dieser Nachfrage nachkommen und dadurch Neukunden gewinnen, können sie ihren Umsatz steigern und durch Automatisierung Kosten senken. Weiter ist es möglich, mittels vertrauensvoller Kommunikation eine neue Art der Kundenbindung zu schaffen und dadurch die „Conversion Rate“ und „Customer Lifetime Value“ zu erhöhen. Um dies in den eigenen Kanälen oder über Plattformen wie Alexa oder Google Assistant zu erreichen, ist ein sehr hoher technischer Aufwand in den Bereichen künstlicher Intelligenz, Dialog-Management

und E-Commerce-Prozesse nötig. Dieser stellt für Unternehmen ein sehr schwer überwindbares Hindernis dar und verwehrt ihnen, an den großen Chancen von sprachbasierter Interaktionen zu partizipieren.

Dieses Problem löst die Dialogue Tech FMC, indem wir die auftretende technische Komplexität mit unserer Dialog Engine adressieren und Unternehmen dadurch einen einfachen und erfolgreichen Einstieg in Conversational Commerce bieten. Die Lösung zeichnet sich dadurch aus, dass Gespräche und Dialoge modelliert und an unterschiedliche Plattformen angeschlossen werden können.

Weiterhin sind E-Commerce Prozesse in die Plattform integriert, wodurch vertrauensvolle Verkaufsgespräche mit minimalem Aufwand ermöglicht werden. Zum Integrieren von neuen Kunden benötigen wir nur einen Feed mit Produktdaten, welche durch unser System automatisch in die benötigte Datenqualität gebracht wird. Im Anschluss können über unsere Oberfläche die Dialoge und Kanäle eingestellt und angeschlossen werden.“ (ck)



Die Autorin



Claudia Kordes,
Dipl.-Journalistin,
Marketing-
beraterin,
gelernte Baum-
schulgärtnerin



Blick in das Café Elliots. Werkfotos

Anzeige

GlasMetall

Wir errichten Bauten mit vielfältigem Nutzen, solider Technik und hoher Ästhetik. Zur Begeisterung Ihrer Kunden bauen wir die perfekte Kulisse für Ihre Ideen.

GlasMetall GmbH ist Deutschlands größter Spezialist für den Bau von Gartencentern. Entdecken Sie unser vielfältiges Portfolio für Bauten aus Stahl, Aluminium und Glas.

www.glasmetall.de