



Der neue Expertentreff für den mobilen Handel – Teilnehmer ziehen eine sehr positives Fazit

- > Emotionalisierung als Erfolgsfaktor im Handel
- > Intensiver Austausch zu den Hot Topics Showrooming, Mobile Payment und Innovationen
- > Networking und neue Kontakte zum Ausklang beim Abendevent der KIOSK Europe Expo

Auf der inspirato Konferenz MOBILE MEETS POS widmeten sich Retailer, Markenartikler sowie Mobile-Experten und Service-Anbieter am 12. Juni 2013 in der Station Berlin innovativen Lösungsansätzen für den Point-of-Sale. Der neue Branchentreff für den mobilen Handel fand im Rahmen der KIOSK EUROPE EXPO 2013 statt, der weltweit größten Messe für Selbstbedienungs-Lösungen und wurde von Dr. Hagen Sexauer, Principal bei SEMPORA Consulting, moderiert. Mehr als 70 Teilnehmer waren von dem gelungenen Mix aus Trend- und Praxisvorträgen sowie intensiven Diskussionen begeistert.

Innovative „mobile“ Geschäftsmodelle, die einen unmittelbar positiven Einfluss auf den Erfolg am POS haben, stellte **Laurent Burdin**, CEO bei SinnerSchrader Mobile in seinem Impulsvortrag vor. So setzt bspw. der japanische Händler MUJI eine Passport-App ein, die Abfragen von Produktverfügbarkeiten für einzelne Stores ermöglicht. Dadurch wurden die In-Store Verkäufe deutlich gesteigert. ASDA, eine der bedeutendsten Lebensmittel-Einzelhändler in England garantiert seinen Kunden mithilfe einer App immer den günstigen Preis der Lebensmittel. Wenn der Kunde einen günstigeren Preis beim Wettbewerb nachweisen kann, so erhält er eine Gutschrift in Form von Bonuspunkten. Auch so lässt sich seitens des Handels dem starken Online-Preiswettbewerb entgegenwirken.

Interessante Kennzahlen zum Shoppingverhalten am POS präsentierte **Aline Eckstein**, ECC Köln. Jeder Dritte informiert sich mittlerweile online, bevor er stationär einkaufen geht und 50% des Umsatzes wird bereits heute schon online eingeleitet. Auch das Smartphone hat einen entscheidenden Einfluss auf das Online-Kaufverhalten: Etwa jeder zehnte Kauf im Internet, d. h. 9% der Online-Käufe, werden durch das Smartphone initiiert. Darüber hinaus ist gerade im Fall von nicht vorhandenen Verfügbarkeiten im Store („out-of-stock-Situation“) zu beobachten, dass ca. jeder Dritte enttäuschte Offline-Kunde das Smartphone nutzt, um online zu recherchieren, wo er das Produkt günstiger erhalten könnte. Derartige Erkenntnisse lassen sich für den stationären Handel nutzen, um die eigenen Kunden mit mobile-orientierten Dienstleistungen und Services an sich zu binden.

Immer wichtiger wird zukünftig auch die technologie-gestützte Beratung am POS, so **Joachim Bader** von SapientNitro. Das zeigte anschaulich das Beispiel des Showrooming-Konzeptes von Audi in der Innenstadt von London. Aber auch das britische Traditionskaufhaus Marks & Spencer ist hier wegweisend und testet aktuell in Paris in den Spiegeln der Umkleidekabinen integrierte „virtuelle

Berater“, die den Kunden direkt im Umkleideraum Tipps zu Farbstellungen und Kombinationsmöglichkeiten der gerade anprobierten Kleidungsstücke geben.

Auch im B2B-Bereich lassen sich durch den Einsatz von Smartphones & Tablets Effizienzen heben, vor allem von Mafo- und „Beobachtungs“-Tätigkeiten innerhalb des Stores, die auch heute noch sehr stark „händisch“ abgewickelt werden. Dank mobiler Endgeräte kann laut **Tim Wiengarten**, Geschäftsführer von rabbit mobile, der damit verbundene Arbeitsaufwand der Mitarbeiter bis zu 50% reduziert werden. Zeit, die für die Fokussierung und Konzentration auf die tatsächlich wichtigen Aspekte am POS genutzt werden kann. **Alexander Lörcks** von conVISUAL stellte dazu als Case Study die erfolgreiche Integration von Tablets im Vertrieb bei Bosch Packaging vor.

Alle Referenten und Teilnehmer waren sich einig, dass sich das Thema **Mobile Payment** in den nächsten Jahren für den Einzelhandel durchsetzen wird. Jedoch ist bis heute noch unklar, ob es – so wie heute – eine Reihe unterschiedlicher (technologischer) Lösungen geben oder sich doch das Thema Near Field Communication (NFC) als eine „Generallösung“ durchsetzen wird. Gerade vor diesem Hintergrund ist der Einzelhandel sehr verunsichert und sucht noch immer nach individuellen und vor allem wenig kostenintensiven Lösungen. Dazu diskutierten **Dimitri Völk** (InnosMoS), **Stefan Janßen** (METRO Systems), **Hans-Peter Weber** (secupay) und **Konstantin Wolff** (payleven). Ein ähnlicher Sachverhalt wurde auch im Rahmen der Diskussionen zum Einsatz von **Mobile Couponing** am POS konstatiert.

Emotionalisierung als Erfolgsfaktor im Retailing wurde von **Franziska Weißbach**, SYZYG, und **Bert Ohnemüller**, neuromerchandisinggroup, als ein besonders wichtiger Aspekt hervorgehoben und als ein entscheidender Wettbewerbsvorteil des stationären Handels gegenüber dem Online-Handel diskutiert. Vor allem durch den Einsatz mobiler Technologien und die vielfältigen Möglichkeiten von „Touch & Feel“ lassen sich starke Emotionen erzeugen. Jedoch sollten für ein erfolgreiches Shoppermarketing auch die archaischen Aspekte des Menschen, im Sinne des Neuromerchandisings, am POS Berücksichtigung finden.

Dr. Andreas Bersch von BRANDPUNKT/ futurebiz betonte, dass gerade der Einsatz sozialer Medien in Verbindung mit der Nutzung unterschiedlicher Services mobiler Endgeräte besonders geeignet ist, Kunden erstmalig und persönlich im Store anzusprechen. So lässt sich Facebook effizient einsetzen, um den Kundendialog am POS zu initiieren, potentielle Kunden auf attraktive Angebote und Dienstleistungen des Handels hinzuweisen und über die Empfehlungen zufriedener Kunden auch deren Freundeskreis zu adressieren.

Im Anschluss an den facettenreichen Konferenztag genossen die Teilnehmer bei Drinks, einem Barbecue und sommerlichen Temperaturen das besondere Ambiente der Station Berlin. Gute Gespräche sowie neue Kontakte zu den internationalen Besuchern und Ausstellern der KIOSK Expo Europe sorgten für einen gelungenen Ausklang des Tages.

Weitere Information und Impressionen: www.inspirato.de/mobile-meets-pos

Kontakt: Franziska Thiele, Geschäftsbereichsleitung
inspirato KONFERENZEN, Siemensstraße 27, 61352 Bad Homburg
Tel. +49 6171 981 96 82, E-Mail: f.thiele@inspirato.de

