



# Omni Channel Forum 2019

**Mit aktueller Exklusiv-Studie**

basierend auf einer gross angelegten Repräsentativ-Umfrage bei Konsumenten  
und Interviews mit zahlreichen Top-Entscheidern aus Handel und Industrie

**Donnerstag, 31. Oktober 2019**  
**Conference Center**  
**Verkehrshaus der Schweiz, Luzern**

Presenting Partner:

**FUHRER & HOTZ**  
Excellence in Retailing

**Jagen**

 **screenFOODnet**  
Food & Beverage Market Intelligence

 **TWINT**

 **swisscom**

### «The store is dead. Long live the store.»

Die renommierte Retail- und Trendforscherin Cate Trotter brachte es in ihrem Referat anlässlich unserer Veranstaltung im Vorjahr auf den Punkt, indem sie sagte, dass der Store auch und gerade in Zeiten des «digitalen App-Solutismus» weiterhin eine zentrale Rolle spielen wird und spielen muss innerhalb des Customer Journeys. Mit dem ihr eigenen Gespür für höchst einprägsame Einzeler («as we speak, the genie is leaving the bottle») wies sie anhand der Metapher des Flaschengeistes darauf hin, dass es sowohl für Händler als auch für Hersteller wichtig ist, den Wandel anzunehmen und aktiv zu gestalten.

Vor diesem Hintergrund widmen wir uns im

Rahmen unseres diesjährigen, 7. Omni Channel Forums vom Donnerstag, **31. Oktober 2019**, schwerpunktmässig der Frage, wie sich die Marktteilnehmer im aktuellen Kontext aufstellen müssen, damit sie den Übergang **vom Point of Sale zum Point of Omnichannel** erfolgreich gestalten und die steigenden Erwartungen der

Shopper bezüglich «Seamless Retail» optimal erfüllen können.

Auch in diesem Jahr bieten wir Ihnen wieder ein

interessantes Programm mit vielen Höhepunkten und **namhaften Referenten aus dem In- und Ausland**, die in ihren Praxis-Beiträgen aus erster Hand über ihre Aktivitäten und Erfolge berichten. Zudem stellen wir Ihnen die Ergebnisse unserer **umfangreichen Studie** vor mit den wichtigsten Veränderungen bei Konsumenten, Händlern und Herstellern, die wir wie gewohnt **exklusiv und topaktuell** für diese Veranstaltung erstellten. Am 31. Oktober 2019 erfahren Sie, wohin die Omnichannel-Reise geht und wie Sie die Gefahren, welche von vermeint-



«As we speak, the genie is leaving the bottle.»

lich übermächtigen Gegnern (und Flaschengeistern) ausgehen, erfolgreich meistern können. Nutzen Sie die Gelegenheit, um sich über die relevanten **Trends, Chancen und Potenziale** zu informieren und treffen Sie Top-Entscheider aus Handel und Industrie zu diesem Wissens- und Erfahrungsaustausch.

# Exklusiv-Studie 2019

Für die topaktuelle, siebte Auflage unserer umfangreichen Exklusiv-Studie werden im Rahmen einer gross angelegten Repräsentativ-Umfrage Konsumenten befragt, ergänzt durch qualitative Interviews mit zahlreichen Top-Entscheidern von Schweizer Unternehmen aus Handel und Industrie. Im Fokus stehen folgende Angebotsbereiche und Warengruppen (inklusive Vergleiche zu den Jahren 2013 bis 2018):

**Lebensmittel (Frischprodukte bzw. übrige Produkte) | Mode/Bekleidung | Schuhe Sportausrüstung/Outdoor | (Unterhaltungs-) Elektronik/Computer | Möbel/Haushaltswaren Gesundheit/Kosmetik | Bücher/Medien | Baumärkte/DIY/Garten**

## **Customer-Touchpoints Off- und Online – Wie und wo können Shopper auf ihrer Customer Journey zum Kauf animiert werden?**

- Über das Internet nur informieren (Webbrowser) oder gleich auch dort kaufen (Pure Onliner)? Wie haben sich die Anteile der vier Konsumententypen verändert und welche Unterschiede sind mit Blick auf die verschiedenen Generationen erkennbar?
- Welche Off- und Online Touchpoints werden beim Kauf von Produkten aus verschiedenen Warengruppen zuallererst aufgesucht? Sind Händler und Hersteller an diesen entscheidenden ersten Kontaktpunkten überhaupt präsent?
- Welche Ärgernisse erleben die Shopper während dem Einkauf im stationären Geschäft und können sogar zum Kaufabbruch führen? Wie werden die (neuen) Konsumentenbedürfnisse durch den stationären Handel erfüllt – u.a. auch im Vergleich zum Online-Handel?

## **Die Neuerfindung des stationären Handels – Welcher Digitalisierungsgrad ist aus Sicht der Konsumenten sinnvoll / nötig?**

- Gegenüber welchen Technologien und Ideen im Detailhandel zeigen sich die Konsumenten offen? Wo setzen Händler und Hersteller diesbezüglich an? Fliessen vermehrt Investitionen in Bereiche wie zum Beispiel die Personalisierung des Einkaufs und/oder Digital Signage?
- Welche Vorgänge des stationären Einkaufs erlebigen die Shopper am liebsten unterstützt von digitalen Hilfsmitteln oder dem eigenen Smartphone? Und in welchen Situationen ziehen sie dagegen ein menschliches Gegenüber vor?
- Das Shopping-Erlebnis im Fokus: Wie soll der stationäre Handel Emotionen wecken? Sind Anpassungen der Shop-/Ladenflächen geplant und inwiefern ändert sich das Aufgabenspektrum der Verkaufsmitarbeiter?

## **Im Zeitalter von «New Retail» – Wo steht der Detailhandel Schweiz heute und in welche Richtung entwickelt er sich?**

- Mit welcher Priorität wird die Weiterentwicklung zum Omnichannel-Anbieter in der Schweiz vorangetrieben? Wo werden in nächster Zeit bzw. auf dem Weg dahin die meisten Investitionen getätigt? Handelt es sich um Massnahmen, welche für den Kunden direkt erlebbar sind?
- Welche Verkaufskanäle setzen Händler und Hersteller heute ein? Können traditionell stationäre Händler ihre Kunden auch Online für sich gewinnen?
- Wie gewichtig ist die (Online-)Konkurrenz aus dem Ausland? Welche Strategien verfolgen hiesige Anbieter, um sich gegen grosse Player wie Amazon oder Alibaba zu wappnen?

# Seminarprogramm

8.00 Uhr

**Eintreffen der Gäste, Willkommenskaffee**

8.30 Uhr



**Martin Hotz**  
Fuhrer & Hotz

**Begrüssung und Einführung**



**Marco Fuhrer**  
Fuhrer & Hotz

**Ergebnisse der 7. Omni Channel  
Exklusiv-Studie 2019**

Details siehe Inhaltsübersicht Seite 3



**Frank Rehme**  
Innovator, Entrepreneur,  
Inkubator

**Retail- & Omni Channel-Trends 2019/2020:  
Innovation zwischen Hype, Irrtum  
und Praxis**

Der Sinneswandel zum Sinneshandel – Was zählt in einem Umfeld, in dem Umsatz, Profit und Wachstum als massgebende Währungen zunehmend ausgedient haben und welches sind die stationären Erfolgsfaktoren für die Zukunft?



**Daniel Füchtenschnieder**  
bonprix retail

**Radikal anders – Der Beitrag von bonprix  
zur Neuerfindung des stationären Handels**

Wie das Modeunternehmen mit seinem einzigartigen «fashion connect»-Ansatz und maximaler Kundenzentrierung die Pain Points des stationären Fashionhandels adressiert und das Shoppingerlebnis fundamental verändert. Einblicke, erste Erfahrungen und Ergebnisse des neuen Pilot Stores in Hamburg.

10.15 Uhr

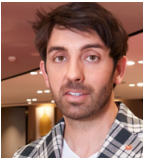
**Networking-Pause**



**Patrick Marti**  
MediaMarkt Gruppe Schweiz

**«Alles für alle, die alles wollen»:  
Retail unlimited@MediaMarkt**

Was gilt es hinsichtlich Synchronisierung der Kanäle bzw. Schaffung einer «Seamless Shopping and Service Experience» in der Home-Electronics-Branche zu beachten, in der sich die Welt nie mehr so langsam verändert wie heute? Wie stellt sich der Unterhaltungselektronik-Spezialist dem technologiegetriebenen Hyperwettbewerb heute und morgen?



**Marc Huber  
Jelmoli**

### **Next Omni Channel Level ahead – Jelmoli auf dem digitalen Weg in die Zukunft**

Digitale Transformation bedeutet weit mehr als nur ein neuer virtueller Auftritt. Wie umfassend im House of Brands derzeit die Weichen neu gestellt werden und mit welchen neuen Features das Traditionshaus ab 2020 ein inspirierendes und kanalübergreifendes Einkaufserlebnis sicherstellen wird; Zwischenbericht zum laufenden Relaunch-Prozess aus erster Hand.



**Lea Vajnorsky  
Henkel X**

### **Schluss mit «weiter so» - Wie neue Geschäfts- und Kooperationsmodelle entstehen**

Digitalisierung erfordert auch für Konsumgüterhersteller disruptives Denken und Handeln. Wie das Düsseldorfer Traditionsunternehmen mit der offenen Plattform Henkel X die Energie über alle Geschäftsbereiche hinweg bündelt, um möglichst schnell auf volatile Märkte zu reagieren und um agil zu bleiben/werden bei Innovation, Services und Nachhaltigkeit.



**Michel Hager, Ochsner Sport**

**Sébastien Gygax, Swisscom Broadcast**

### **Front Runner OCHSNER SPORT PRO: Die volle Ladung Sport, Service, Einkaufserlebnis & alles bestens vernetzt**

Von der Strategie bis zur Umsetzung: Wie der Sportfachhändler seine Neuausrichtung im Omni Channel-Zeitalter umsetzt und mit dem innovativen urbanen Konzept nicht nur Akzente und Schwerpunkte am POS setzt, sondern dank/ durch Instore Analytics die Performance auf der Fläche verbessert.



**Yves Mäder  
Google Switzerland**

### **«OK Google, what's next?»**

«Mobile first» war gestern; was kommt morgen? Worauf müssen sich Anbieter in der Schweiz einstellen in einem Zeitalter, in dem unter dem Stichwort «New Retail» die Neuordnung des gesamten Handels vorangetrieben wird? Ausblick, Chancen und Risiken für Händler, Hersteller und Brands.

ca. 14.00 Uhr

**Mittagessen und Networking**

12.30 Uhr

**Networking-Pause**

# Forum Infos

## Tagungsort

Verkehrshaus der Schweiz  
Conference Center  
Lidostrasse 5  
6006 Luzern  
Tel. +41 41 375 74 05  
[www.verkehrshaus.ch](http://www.verkehrshaus.ch)

## Anmeldungen

Per Post mit angefügter Anmeldekarte, per Telefon, Fax, E-Mail oder Online  
Tel. +41 41 766 14 17  
Fax +41 41 766 14 01  
[info@omnichannelforum.ch](mailto:info@omnichannelforum.ch)

## Investition

Seminar inkl. Seminarunterlagen und Omni Channel Exklusiv-Studie 2019, Analyse bei Konsumenten, Händlern und Herstellern CHF 980.–  
Exklusiv-Studie Omni Channel 2019, Analyse bei Konsumenten, Händlern und Herstellern, ohne Seminarteilnahme CHF 600.–/Exemplar

## Abmeldungen

Abmeldungen müssen uns schriftlich spätestens 10 Tage vor der Veranstaltung erreichen. Bei späterer oder fehlender Abmeldung ist die volle Teilnahmegebühr zu bezahlen. Eine Ersatzteilnehmerin oder ein Ersatzteilnehmer ist uns willkommen. Bitte melden Sie uns gegebenenfalls die Ersatzperson.

## Administrative Auskunft

Alexandra Bärtschi, Tel. +41 41 766 14 17  
[baertschi@fuhrer-hotz.ch](mailto:baertschi@fuhrer-hotz.ch)

## Fachliche Auskunft

Martin Hotz, Telefon +41 41 766 14 14  
[hotz@fuhrer-hotz.ch](mailto:hotz@fuhrer-hotz.ch)

## Website

[www.omnichannelforum.ch](http://www.omnichannelforum.ch)

# Veranstalter/Presenting Partner

## TWINT

Das digitale Bargeld der Schweiz. Bequem und sicher mit dem Smartphone bezahlen: in Online-Shops, unter Freunden und an der Kasse.

TWINT, die Mobile Payment Lösung der grössten Schweizer Banken und SIX.

## Jegen

Die Jegen AG bietet Gesamtlösungen im kommerziellen Innenausbau an, inklusive Laden- und Gastronomieausbauten. Von Konzeption und Design bis hin zur Montage der Einrichtung.

Unsere beste Arbeit – Ihr perfekter Auftritt.

## Swisscom

Mit dem «Video Insider» vereint Swisscom Broadcast als erste Schweizer Anbieterin intelligente Videoüberwachung für Business und Security auf einer Plattform – und macht unsicht-

bare Geschäftspotenziale sichtbar! Swisscom Broadcast begleitet seine Geschäftskunden auf dem Weg in die digitale Zukunft.

## Fuhrer & Hotz

Fuhrer & Hotz ist als inhabergeführtes, unabhängiges Beratungs- und Marktforschungsunternehmen erster Ansprechpartner für die frühzeitige Erkennung von Trends und Entwicklungen in der realen und digitalen Handlungswelt sowie deren Analyse & Übersetzung für den Schweizer Markt. – Wir machen aus Shoppfern Käufer.

## screenFOODnet

screenFOODnet ist der Schweizer Marktführer für Digital Signage im Handel. Ein Team aus 30 leidenschaftlichen Mitarbeitern erarbeitet professionelle und zukunftsorientierte digitale Lösungen – von der Beratung bis zum Betrieb. Packen Sie die digitale Zukunft jetzt an – wir unterstützen Sie dabei!



# www.omnichannelforum.ch

Fuhrer & Hotz  
Dorfstrasse 13a  
CH-6340 Baar  
T +41 41 766 14 00  
[info@fuhrer-hotz.ch](mailto:info@fuhrer-hotz.ch)

Jegen AG  
Moosburgstrasse 5  
CH-8307 Effretikon  
T +41 52 354 52 52  
[info@jegen.ch](mailto:info@jegen.ch)

screenFOODnet  
Hirschengraben 43  
CH-6003 Luzern  
T +41 41 444 21 41  
[info@screenfoodnet.com](mailto:info@screenfoodnet.com)

TWINT AG  
Stauffacherstrasse 31  
CH-8004 Zürich  
[info@twint.ch](mailto:info@twint.ch)

Swisscom Broadcast AG  
Ostermundigenstrasse 99  
CH-3050 Bern  
[info.video@swisscom.com](mailto:info.video@swisscom.com)  
[www.swisscom.ch/broadcast](http://www.swisscom.ch/broadcast)