Omni Channel Forum 2023

10 Jahre
Jubiläums-veranstaltung

Mit aktueller Exklusiv-Studie

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

Donnerstag, 26. Oktober 2023
Conference Center
Verkehrshaus der Schweiz,
Luzern

Presenting Partner

FUHRER & HOTZ Excellence in Retailing
Jegen
NCR
swisscom
P

Verbandspartner

SWISS RETAIL FEDERATION

«Wir sind so beschäftigt das HEUTE umzusetzen und riskieren dabei das MORGEN zu übersehen.»

Thomas Thalhammer, SPAR ICS, anlässlich des Omni Channel Forums 2022

Seit der ersten Austragung unseres Omni Channel Forums im Jahre 2013 widmen wir uns der Frage, was richtig **«Omnichanneln»** bedeutet und wie es wirkungsvoll umgesetzt werden kann. Heute, also zehn Jahre und eine Pandemie später, sind diese Themen aktueller denn je. Denn auf der einen Seite hat der Online-Trend vor allem Stationärhändler zunehmend gezwungen, eine **Brücke in die digitale Welt** zu bauen. Andererseits macht sich angesichts von überhöhten Erwartungen und/oder unterschätzten Investitionen derzeit auch die Erkenntnis breit, dass **das Digitale** zwar vieles teurer macht, aber nicht unbedingt besser. Eines ist klar: Sowohl Händler als auch Hersteller sind angehalten, sich **noch klarer** zu **positionieren.** Wer heute und morgen erfolgreich sein will, ist innovativ, investiert viel und erfindet sich ständig neu.

Omnichannel Retail – statt Süsses nur noch Saures?

Vor diesem Hintergrund widmen wir uns am **Donnerstag, 26. Oktober 2023** im Rahmen unserer **Jubiläumsveranstaltung** aus Anlass unseres 10-jährigen Bestehens schwerpunktmässig der Frage, wie sich die Marktteilnehmer im aktuellen Kontext aufstellen müssen, damit sie im **Zeitalter von Blockchain, Crypto, Metaverse & Co. erfolgreich sind 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/Kunden, Händlern und Herstellern, die wir wie gewohnt **exklusiv und top-aktuell** für diese Veranstaltung erstellten.

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

Für die elfte 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 2022:

Lebensmittel | Mode / Bekleidung | Schuhe Sportausrüstung / Outdoor | (Unterhaltungs-) Elektronik / Computer | Möbel / Haushaltswaren | Gesundheit / Kosmetik / Uhren / Schmuck | Bücher / Medien / Spielwaren / Bürobedarf | Baumärkte / DIY / Garten

Richtig «Omnichanneln» heute und morgen

- Mit welchen Erwartungen suchen Konsumenten heute und morgen den stationären Handel auf und welche Leistungen / Profilierungsfelder sind / werden zentral?
- Welche Trends und Entwicklungen müssen beachtet werden, damit die Shopper nicht zum Wettbewerber abwandern?
- Welche Technologien haben ausblickend das grösste Erfolgspotenzial?
- Erwartungen an Omni Channel Konzepte aus Sicht von Handel und Industrie

Shopper Journey als eigentliches pièce de résistance

- Wo und wie starten die Shopper ihre Kundenreise? Wie informieren sich Shopper vor dem Kauf und welche Auffälligkeiten / Unterschiede gibt es bezüglich Warengruppen?
- Gibt es zwischen den Generationen und Konsumententypen Unterschiede bezüglich Nutzung von digitalen und analogen Touchpoints?
- Mensch vs. Maschine: Welche Technologien sind bekannt und werden genutzt? Wann / in welchen Situationen werden vor / während / nach dem Kauf persönliche Kontakte favorisiert und wann digitale Lösungen?

Künstliche Intelligenz: Vorübergehender Hype oder Gamechanger für Omni Channel Konzepte?

- Wie stufen Händler und Hersteller die Relevanz von KI ein und wo werden die primären Chancen / Gefahren geortet?
- In welchen Phasen des Customer Journeys und in welchen Themen- / Leistungs- / Servicefeldern macht KI heute und in Zukunft am meisten Sinn? Und wo am wenigsten?

Fazit

Konklusionen und Empfehlungen für die nahe Zukunft

Seminarprogramm

8.00 Uhr
Eintreffen der Gäste, Willkommenskaffee

8.30 Uhr

Martin Hotz
Fuhrer & Hotz

Begrüssung und Einführung

Daniel Heller
amrein+heller
MarktforschungsTreuhand
in Kooperation
mit Fuhrer & Hotz

Ergebnisse der 11. Omni Channel Exklusiv-Studie 2024

Details siehe Inhaltsübersicht Seite 3

Volker Katschinski
dan pearlman
Markenarchitektur

The New Spirit of Retail

Wie wird / bleibt der stationäre Handel zukunftsfähig? Welche Megatrends kommen auf die Branche zu? Welches sind die neuen Regeln und Währungen und welche Aspekte sind bei der Transformation auf der Fläche unter Einbezug der Omnichannel-Perspektive zu beachten?

Dr. Frank Postel
Breuninger

Vom traditionellen Mode- und Lifestyle-Unternehmen zum erfolgreichen «Online Dominated Player»

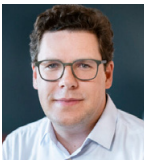
140-jährige DNA, 6500 Mitarbeiter:innen, 1500 Marken, 13 Häuser und online in Europa unterwegs: Wie werden inspirierende Lebenswelten aus dem stationären Handel heute und morgen ins Online- und Marktplatz-Business übertragen? Und was bedeutet dies für die Organisation, Kultur, Prozesse und Menschen?

10.15 Uhr
Networking-Pause

Amar Catic, Patrick Eder
Swisscom

Digitalisierung im Shop als Premium Brand – Learnings und Ausblick

Das neue digitale Shopkonzept der Swisscom – Innovationen und Learnings 18 Monate nach Rollout-Start. Welche neuen Opportunitäten bringt die Digitalisierung für ein Best-in-Class Retail Erlebnis als Marktführer mit Fokus auf Kundennähe und höchste Qualität in der Beratung? Bereit, Chancen der vernetzten Welt einfach zu nutzen.



Paul Holaschke, Möbel Pfister
Juan-Pablo Schmid, Bring! Labs

Vom Klick zum Kauf: Die Bedeutung von Online-Kanälen als Startpunkt der Customer Journey

Bei über 50% der Konsumenten startet der Journey online – Tendenz steigend. Welches sind die für die Kaufentscheidung massgebenden Einflussfaktoren und wie kann im Möbel- & Lifestyle-Markt und darüber hinaus die Lücke zwischen erstem Klick und Kauf optimal geschlossen werden?

Thomas Zuberbühler
Zubi

«Du kannst die Wellen nicht aufhalten, aber du kannst lernen, auf ihnen zu surfen.»

Das Appenzeller Familienunternehmen bietet einiges mehr als nur Schuhe, Bekleidung und Ausrüstung. Das Vorzeige-KMU ist auch in der 3. Generation persönlich und greifbar. Und konsequent im Denken und Handeln. Sowohl stationär in den acht Filialen als auch virtuell im Online-Shop.

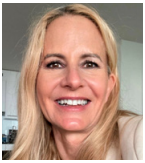
12.30 Uhr

Networking-Pause

Maximilian Schickler
TikTok

Richtig «Omnichanneln»: Online entertainen, offline verkaufen

Wer TikTok heute noch als reine Plattform für Tanz- und Hochglanz-Videos von Teens und Twens betrachtet, ist selber von gestern. Welches die Schlüsselworte und -inhalte für das Marketing in Zukunft sind und wie Händler, Hersteller und Brands Social Media und Community Commerce zielführend in ihre Vertriebs- und Kommunikationspläne einbinden können und sollen.



Stefan Küppers, Dosenbach-Ochsner
Marianne Müller, Victorinox
Martin Stucki, LOEB

Swiss Retail Federation Talk

SWISS RETAIL FEDERATION

Retail zwischen Realität und Traumwelt.
Und zwischen Must-Haves und Gimmicks:
(Wie) lässt sich eine herausragende Customer Experience in die digitale Welt tragen? Müssen stationäre Händler ihre Route in die Zukunft neu berechnen?
Paneldiskussion und Ausblick / Moderation: Martin Hotz

ca. 14.00 Uhr

Mittagessen und Networking

Forum Infos

Tagungsort
Verkehrshaus der Schweiz, Conference Center
Lidostrasse 5
6006 Luzern
Tel. +41 41 375 74 05
www.verkehrshaus.ch

Anmeldungen
per E-Mail, Online oder Telefon
Tel. +41 41 766 14 17
info@omnichannelforum.ch

Investition
Seminar inkl. Seminarunterlagen und Omni Channel Exklusiv-Studie 2024, Analyse bei Konsumenten, Händlern und Herstellern CHF 980.–
Exklusiv-Studie Omni Channel 2024, Analyse bei Konsumenten, Händlern und Herstellern, ohne Seminarteilnahme CHF 600.–/Exemplar

Abmeldungen
Abmeldungen müssen uns schriftlich spätestens 20 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
Maxine Hauser, Tel. +41 41 766 14 17
hauser@fuhrer-hotz.ch

Fachliche Auskunft
Martin Hotz, Telefon +41 41 766 14 14
hotz@fuhrer-hotz.ch

Website
www.omnichannelforum.ch

Veranstalter / Presenting Partner

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 Handelswelt sowie deren Analyse & Übersetzung für den Schweizer Markt.
Wir machen aus Shoppern Käufer.
www.fuhrer-hotz.ch

Jegen

Die Jegen AG bietet Gesamtlösungen im kommerziellen Innenausbau an, inklusive Laden- und Gastronomieausbauten. Vom Design über Detailplanung und Produktion bis hin zur Montage der Einrichtung.
Unsere beste Arbeit – Ihr perfekter Auftritt.
www.jegen.ch

NCR

NCR ist ein führender Anbieter von Lösungen für den Handel, Gastronomie und die Finanzindustrie und in Europa seit über 120 Jahren aktiv. Mit einem der umfassendsten Portfolios der Branche unterstützen wir Einzelhändler dabei, Vorteile der Automatisierung zu nutzen, Innovationen voranzutreiben und in der digitalen Welt von heute zu wachsen.
www.ncr.com/retail

Swisscom

Als In-Store Analytics Spezialistin unterstützt Swisscom Broadcast Retailer mit Insights durch Sensorik und den besten Daten, um Entscheide zur Performance Steigerung zu treffen. Ergänzt wird das einmalige Angebot mit intelligenter Video Security für die Fläche.
www.swisscom.ch/broadcast

Die Post

Die Post verbindet seit jeher Menschen miteinander. So ergänzt sie auch für den Detailhandel die klassischen Leistungen des Brief- und Paketmarkts mit Güterlogistik und Leistungen im Medien- und Werbemarkt.
Mit Post Advertising ist sie auch im Werbemarkt präsent – für eine Schweiz, die sich bewegt, und für Kampagnen, die im Detailhandel etwas bewegen: mit Werbung, die ankommt.
www.post.ch/advertising

www.omnichannelforum.ch

Fuhrer & Hotz
Dorfstrasse 13a
CH-6340 Baar
T +41 41 766 14 00
info@fuhrer-hotz.ch

Jegen AG
Moosburgstrasse 5
CH-8307 Effretikon
T +41 52 354 52 52
info@jegen.ch

NCR (Schweiz) GmbH
Seidenstrasse 4
CH-8304 Wallisellen
T +41 44 832 71 64
zurich.reception@ncr.com

Swisscom Broadcast AG
Ostermundigenstrasse 99
CH-3050 Bern
info.video@swisscom.com
www.swisscom.ch/broadcast

Post CH AG
Logistik-Services
Wankdorfallee 4
CH-3030 Bern
T +41 58 341 19 00
advertising@post.ch