

## **INTERNET WORLD EXPO: Tools & Technik für den Handel**

*Investitionen in Hard- und Software kosten. Doch ohne High-Tech am Regal und an der Kasse, online wie stationär, lässt sich das Einkaufserlebnis oder die Effizienz des Unternehmens kaum verbessern. Die INTERNET WORLD EXPO (10. und 11. März 2020) in München zeigt, auf welche Trends Händler besonders achten sollten und wie die passenden Lösungen aussehen.*

**München, 20. Januar 2019** „Der Online-Shop ist tot – es leben die Ökosysteme! Die digitale Disruption im Handel fordert immer mehr Opfer.“ So reißerisch formulierte der aktuelle Retail Report 2020 des Zukunftsinstituts die wichtigsten Phänomene im Handel für die kommenden Jahre und hat hierfür fünf Szenarien skizziert:

- **Instant Shopping** – Die Ära der ungeduldigen Konsumenten: Das schnelle Leben der Konsumenten macht dem stationären Handel zu schaffen. Innovative Konzepte zeigen, wie Händler dem ungeduldigen Kunden gerecht werden können.
- **Playful Stores** – Experience pro Quadratmeter: Während das Ende stationärer Läden heraufbeschworen wird, feiern innovative Retailer und Brands Erlebnisse im großen Stil. Künftig zählt das Erlebnis pro Quadratmeter – nicht mehr die Flächenproduktivität.
- **Event-Shopping** – Boom der Schnäppchentage: Black Friday, Cyber Monday, Singles’ Day – der Handel scheint keine Möglichkeit auszulassen, Kunden mit Rabattaktionen an selbst kreierten Shopping-Tagen zu locken. Und die Konsumenten sind begeistert – noch.
- **ImmoTail** – Vom Händler zum Immobilienentwickler: Vor allem in Städten gewinnen Mischnutzungskonzepte an Bedeutung. Händlern kommt künftig eine wichtige Rolle bei der Schaffung von neuem urbanem Wohnraum zu.
- **Cashfree Retail** – Bezahlen im Vorbeigehen: Spätestens mit Apple Pay und Amazon Go ist das Bezahlen ohne Bargeld oder Karte zum Trend geworden. Ob per App, Fingerabdruck oder Wearable: Innovative Konzepte zeigen, wie in Zukunft bezahlt werden kann.

### **Trends - ohne Soft- und Hardware nicht denkbar**

Um diese Trends umzusetzen, muss sich der Handel kontinuierlich mit Weiterentwicklungen bei Software und Hardware befassen. Denn „Software muss komfortabel und einfach zu bedienen sein. Händler müssen auf geänderte Verbraucher-Anforderungen wie Mobile Payment, taggleiche Lieferungen oder Sendungsverfolgung reagieren. Sie brauchen im Hintergrund Software, die Geschäftsprozesse digital abbildet, intuitiv bedient wird und die Arbeit durch Automatisierung und künstliche Intelligenz erleichtert“, sagt **Jörg Frey, Geschäftsführer der Haufe-Lexware (Hall 5 C5, Stand B021)**.

Die INTERNET WORLD EXPO bietet hierfür die passende Bühne, denn hier trifft sich bereits im 24. Jahr das Who-is-Who der Digitalbranche, um seine Neuerungen zu präsentieren. Ein paar der rund 450 erwarteten Aussteller der kommenden INTERNET WORLD EXPO verraten schon im Vorfeld der Retail-Leitmesse ihre Lösungsvorschläge für die Trends 2020.

### **Kundendaten sinnvoll nutzen**

„Für den Handel, der von einem immer höheren Konkurrenzdruck geprägt ist, sind valide Kundendaten das A und O. Sie helfen dabei, tiefere Kundeneinblicke zu gewinnen und Zusammenhänge zu erkennen, die sich wiederum für neue, innovative Geschäftsideen nutzen lassen. Vor allem wird es künftig darum gehen, personalisierte Daten zu erheben und im Rahmen der Customer Journey an Touchpoints zu nutzen. Hier kann Software unterstützen“, sagt **Laura Faßbender, Marketing Assistant, Melissa Data (Halle C5, Stand C038)**.

### **Aus Social-Media-Plattformen wird Social Commerce**

„Eines der größten Themen im nächsten Jahr wird ‚Social Commerce‘. Es wird wichtiger für Händler, über möglichst viele Kanäle zu verkaufen – etwa auch Instagram oder Facebook. Dafür müssen sie für die mobile Nutzung optimiert sein. Dafür muss die richtige Infrastruktur stehen“, ergänzt **Hagen Meischner, Partner Manager Lead bei Shopify (Halle C5, Stand E052)**.

### **Robotics für effizientes Fulfillment**

„Kunden erwarten, seine Waren so schnell wie möglich zu erhalten. Nicht viele Onlinehändler außer Amazon haben es geschafft, Same Day Delivery wirklich umzusetzen. Die Key Player sind – sofern sie die richtige Software-Lösung implementiert haben – fähig, die Zeit zwischen Bestelleingang und Versand deutlich zu reduzieren. Für kleinere Onlinehändler bedeutet dies, dass es schwieriger wird, sich über Schnelligkeit allein zu differenzieren. Vielmehr ist es die Kunst, effizienter zu werden und dem Kunden die Lieferzeit anbieten zu können, zu der er am besten erreichbar ist. Dies erfordert die richtige Lösung und den Einsatz neuer Technologien, wie Robotics-Systemen dahinter“, sagt **Dirk Haschke, VP Sales DACH and eCommerce Operations, Descartes Systems (Germany) (Halle C5, Stand E062)**.

### **Unterschiedliche Lösungen für online und stationär**

„Insbesondere im Bereich Payment und POS werden wir die Digitalisierung des Einzelhandels durch den Einsatz von mobile Self-Checkout-Lösungen, Mobile-Payment-Lösungen wie Apple Pay oder auch Self-Scanning Optionen sehen. Beim Onlinehandel wird 2020 sicherlich der Ausbau bereits bestehender Trends wie Social Selling, Voice und Abo-Commerce, Augmented und Virtual Reality im Mittelpunkt stehen. Online und stationär erfordern unterschiedliche Lösungsansätze“, ergänzt **Paul Schwarzenholz, Mitgründer und Geschäftsführer zenloop (Halle C5, Stand A003)**.

### **Ein Fazit? Infrastruktur wieder wichtig nehmen**

„2020 wird das Jahr der ERP-Plattformen werden. Statt monolithischer und starrer Softwarelösungen werden offene, erweiterbare und skalierbare Plattformen bestehende Lösungen ersetzen. Es gibt heute nicht mehr den Handel und deshalb auch nicht die Lösung. Genauso flexibel wie der Unternehmer sein Unternehmen ausrichten können muss, müssen Softwarelösungen auch diese neue Agilität in Unternehmen unterstützen können. Das schaffen offene ERP Plattformen“, sagt **Ertan Özdil, CEO weclapp (Halle C5, Stand B022)**.

### **Jetzt Tickets sichern!**

Tickets für die INTERNET WORLD EXPO 2020 gibt es für 39 Euro (zzgl. MwSt.) auf der [Webseite](#) oder direkt im [Ticketshop](#). Im Preis inbegriffen ist neben dem Einlass zur INTERNET WORLD EXPO (für zwei Tage) der elektronische Zugang zu den Aufzeichnungen aller Experten-Vorträge, die auf EXPO gehalten werden.

### **Über die INTERNET WORLD EXPO**

Wer Trends, Lösungen und Dienstleister für Retail sucht, der kommt an der INTERNET WORLD EXPO – the commerce e-xperience – nicht vorbei. Bereits seit 1997 zeigt die Leitmesse für alle Handelsthemen im deutschsprachigen Raum das gesamte Portfolio von Retail-relevanten Themen wie Omnichannel, Multichannel, Payment, Marketing, Usability, Logistik, Software, und Social Media – um nur einige zu nennen. Durch das Zusammenwachsen von Onlinehandel und stationärem Handel ist die INTERNET WORLD EXPO mittlerweile eine Pflichtveranstaltung für alle stationären Onlinehändler und Dienstleister.

„INTERNET WORLD“ ist eine Marke des Medien- und Weiterbildungsunternehmens EBNER MEDIA GROUP. Das Unternehmen bedient mit der Messe INTERNET WORLD EXPO und diversen Fachkongressen, der Website [internetworld.de](http://internetworld.de) und der vierzehntäglichen Fachzeitschrift INTERNET WORLD BUSINESS die Zielgruppe der Internet-Professionals mit profundem Fachwissen, topaktuellen News und wichtigen Kontakten. 2020 findet die 24. INTERNET WORLD EXPO vom 10. bis 11. März auf dem Münchner Messegelände statt.

Weitere Informationen unter: [www.internetworld-expo.de](http://www.internetworld-expo.de)