



11.5.2017

Ecker & Partner Business Breakfast: Dr. David Bosshart und ein Blick in den Handel der Zukunft

Bezahlung mittels NFC, „Shop and Go“-Modelle oder Augen- und Gesichtserkennung sind nur wenige der weitreichenden Errungenschaften, die mitsamt der Digitalisierungswelle in unser Leben eingetreten sind. Dr. David Bosshart, CEO des Gottlieb Duttweiler Instituts für Wirtschaft und Gesellschaft, sprach beim Business Breakfast von Ecker & Partner am Mittwoch über gegenwärtige Entwicklungen und Zukunftsaussichten im Handel und die Veränderungen in unserer Gesellschaft, die mit dem Innovations-Boom einhergehen.

Konsumenten im Jahr 2025 legt großen Wert auf Schnelligkeit, Präzession und Flexibilität und das klarerweise im Gesamtpaket. Hyper-Convenience ist die Zukunft und eigentlich schon jetzt mancherorts gelebte Realität: Durch die Minimierung der Transaktionszeiten, neue Bezahlmöglichkeiten und aufgrund neuer Shop-Formate werden die Impulskäufe wieder schneller. „Das kurbelt den Handel massiv an“, ist sich Dr. David Bosshart sicher.

Ein Blick in die Vergangenheit zeigt, dass Logistik, Sortimentsgestaltung, Preisbildung und enge Kundenbeziehungen die ursprünglichen Kernkompetenzen des Handels waren, erzählt Dr. Bosshart und zeigt Ausblicke in die weitere Zukunft der Handelsunternehmen. Für ihn ist klar, dass zunehmend ein stärkeres Augenmerk auf die **Kundenbeziehung, Personalisierung und Emotionalisierung** gelegt werden muss: „Lokale Anbieter haben hier einen klaren Vorteil, den sie auch nutzen müssen.“

Wichtig für die Zukunft des Handels ist, wer künftig die entscheidenden **Schnittstellen zwischen realer und virtueller Welt** besetzt, den Einkaufsprozess auf allen Kanälen vereinfacht oder durch spannende Convenience-Features ergänzt. So nennt er Starbucks als Vorreiter, zumal hier erstmals - und das vor bereits mehr als 15 Jahren - kostenfreies WLAN angeboten wurde. Der „Trend hin zu WLAN im Shop, kommt erst jetzt in der DACH-Region an.“ Auch Amazon kann sich in die Reihe der Trendsetter und Innovationsmotoren unserer Zeit eingliedern. Amazon Go, also der erste Check-Out freie Supermarkt, bietet noch schnelleres und entspannteres einkaufen. **Hyper-Convenience** für Kunden ist auch hier klar im Fokus, die in Zukunft noch weiter in die Welt gestreut wird.



Die neue Welt des Bezahlers

Auch unsere vorhandenen **Bezahlsysteme**, ein ebenso wichtiger Convenience-Faktor, werden sich weiterentwickeln. Während NFC mittlerweile hierzulande schon etabliert ist, werden sich andere kontaktlose Bezahlmöglichkeiten in unsere Gesellschaft stetig eingliedern. Gesichts- und Stimmerkennung werden laut Dr. Bosshart in den nächsten zehn bis zwölf Jahren als Bezahlmethode auch hierzulande angenommen werden und gut funktionieren. Dass insbesondere der DACH-Region der Mut fehlt sich klar zu neuen, technischen Entwicklungen zu bekennen, liegt klar an dem mangelnden Vertrauen, das den oft futuristisch anmutenden Bezahlmöglichkeiten entgegengebracht wird. Klar handle es sich hierbei um einen langwierigen Prozess, doch plädiert er für mehr Mut, bringen diese doch enorme Erleichterung im Alltag (und das auch für technisch weniger affine Personen) und auch mögliche neue Berufsfelder.

Für Veränderungen braucht man eine gewisse Empathie, meint Dr. Bosshart und sagt: „In einem Unternehmen übernimmt der Chef hier eine klare Vorbildfunktion.“ Wir Menschen brauchen Familiarität, es braucht stets ein schrittweises Heranführen an bahnbrechende Veränderungen.