

PRESSEAUSSENDUNG

Pressekontakt **RegioPlan Consulting GmbH**
Alexander Geier
Theobaldgasse 8, 1060 Wien
M: +43 699 1586 0422
a.geier@regioplan.eu
www.regioplan.eu

Datum 16.05.2022

Presseausendung zum Thema:

Das war das 24. Retail Symposium by RegioPlan **„Face the Change“**

Am 11. Mai 2022 versammelte sich beim 24. Retail Symposium by RegioPlan die Spitze der heimischen Handels- und Handelsimmobilienbranche. Mit einem vielfältigen Programm wurden Herausforderungen und Chancen des Handels in turbulenten Zeiten diskutiert, neue Impulse gesetzt und wertvolle Kontakte geknüpft.

Im schönen Ambiente des Palais Ferstel eröffneten **Samantha Riepl, MA (CEO) & DI Romina Jenei (CEO) von RegioPlan Consulting GmbH** einen spannenden Tag für die Handels- und Handelsimmobilienbranche. Das Bedürfnis, sich auszutauschen ist in krisengebeutelten Zeiten groß. Dies wurde auch durch das Erreichen des neuen Teilnehmerrekords mit knapp 380 Anmeldungen deutlich. Samantha Riepl brachte den Leitfaden der Veranstaltung auf den Punkt: „Wir können den Wind nicht ändern, aber wir können die Segel neu setzen!“. Durch das Programm führte Moderator Gerald Groß.

RETAIL 4.0 - Der Wandel als einzige Konstante

Anthony Crow, MSc (Head Of Retail, OTTO Immobilien GmbH) leitete mit einem Blick auf den Status Quo des Handels den ersten Teil der Veranstaltung ein. Die Branche ist im massiven Umbruch, der Onlinehandel oftmals der Übeltäter. Gleichzeitig sei aber eine Aufbruchsstimmung zu spüren, betont der Experte. Der Anteil der neueröffneten Flächen steigt. Der Trend geht zwar zur Flächenverkleinerung, dafür aber zu Toplagen sowie neuartigen Shop-Konzepten. An eine Verdrängung des stationären Handels glaubte Anthony Crow nicht: Läden seien essentiell für das Image, die Markenbotschaft und das Übermitteln von Emotionen. Um die Zukunftsfähigkeit des stationären Handels sicherzustellen, braucht es allerdings neue Konzepte wie das hybride Kauf-erlebnis, innovative Features oder die Individualisierung von Produkten. Im Mittelpunkt aller Überlegungen muss aber auch im Retail 4.0 immer der Konsument stehen.

Eine Meinung, die auch **Paul Douay (Director of Operations Austria & Germany bei Unibail-Rodamco-Westfield)** vertrat. Auch er betonte die Wichtigkeit der Verknüpfung von Offline und Online und nannte dieses Konzept „phygital“. Dabei gilt: Wer die Macht des Konsumenten kennt, gewinnt. Und dieser verlangt neue Konzepte, legt Wert auf Nachhaltigkeit und sehnt sich nach Erlebnissen: „Der Konsument möchte keine Shopping-Center mehr! Er will Orte, wo man etwas erleben kann!“.

Wie man Kundendaten nutzt, um bessere Business Entscheidungen zu treffen diskutierten **Juergen Kalchgruber-Siegl (Senior Sales Manager - Finance and Retail, Microsoft Österreich GmbH)** und **Andreas Kranabrtl (Managing Director, SPAR Business Services GmbH)** moderiert von **Mag. Magdalena Brandstetter (Partnerin, DORDA Rechtsanwälte GmbH)**. Es bestand Einigkeit: In Österreich ist beim Thema Smart Data noch viel Luft nach oben. Die meisten Unternehmen haben bereits viele Daten, nutzen sie aber noch nicht richtig. Dabei ist das Potential groß: Von smarten Einkaufswägen über Dynamic Pricing bis hin zur Entlastung der Mitarbeiter durch Automatisierungen.

Online goes Offline: In einer sehr spannend zusammengesetzten Runde bestehend aus **Maurice Beurskens (CEO von gurkerl.at)**, **Markus Dulle (CEO, 3e Handels- und Dienstleistungs AG)**, **Ernst Mayr (Geschäftsführer, Fussl Modestraße Mayr GmbH)** und **Bernhard Moser (Internationale Bereichsleitung für OCR, dm drogerie markt GmbH)** moderiert von **Tanja Tanczer (Head of Retail, Colliers International Immobilienmakler GmbH)** wurden Strategien für zukunftsorientierte Einzelhändler diskutiert. Auch hier bestand kein Zweifel: Daten sind relevant und für den zukünftigen Erfolg entscheidend. Markus Dulle fügte hinzu: „Wir haben heute schon gehört: Standort, Standort, Standort und Daten, Daten, Daten. Ich sage auch: Menschen, Men-

schen, Menschen.“ Auch Bernhard Moser vom Omnichannel-Pionier dm betonte: „Die Mitarbeiter vor Ort machen immer noch den Unterschied“.

Den Abschluss des spannenden ersten Teils machte der „Hot Seat“ zu Thema „Creating the Unexpected: Von der kleinen Einzelhandelsfläche zur besonderen Erlebniswelt“. Drei spannende Persönlichkeiten wurden auf den „heißen Stuhl“ gebeten und standen Rede und Antwort. **Christoph Bründl (Geschäftsführer, Bründl Sports Gruppe)** erzählte vom neuen Erlebnis-Flagship-Store mitten in den Bergen und betonte die Bedeutung der Mitarbeiter: „Unser Differenzierungsmerkmal ist der Mensch, der Mitarbeiter“. Auch **Jan Janko (Expansion Manager, IKEA Austria GmbH)** sah die Zukunft in neuen Shop-Konzepten und der Konzentration auf Kundenberatung, die durch die Reduzierung operativer Arbeiten Dank Digitalisierung vorangetrieben wird. **André Rajic (Expansionsleiter DE/AT, Maisons du Monde)** berichtete seinerseits von den mutigen Expansionsplänen des Deko- und Möbelhändlers.

INVESTMENT - Neue Ansätze für Handelsimmobilien

Amela Salihovic, MA (Marketing & PR, RegioData Research GmbH) leitete mit interessanten Key Facts den zweiten Teil des Retail Symposiums ein. Die Pandemie führte nicht etwa zur Beschleunigung des seit Jahren vorangehenden Flächenschwunds, vielmehr bremste sie diesen sogar. Es ist aber zu erwarten, dass der Schwund der Verkaufsflächen ab dem Jahr 2024 wieder an Dynamik gewinnt.

Bei der folgenden Diskussion zum Thema „Retail goes Green: Mit Nachhaltigkeit bei Handelsimmobilien auf der Überholspur“ waren sich die Branchenexperten sicher: Eine Investition in Nachhaltigkeit mag kurzfristig teurer sein, zahlt sich aber langfristig immer aus. **Mag. Christoph Andexlinger (COO, SES Spar European Shopping Centers, DI Jürgen Bruckner (Konsulent, KROCON Asset Management GmbH), Harald Dutzler (Partner and Operations Practice Lead Strategy& Europe)** und **Mag. Peter Engert (Geschäftsführer, ÖGNI GmbH)** berichteten unter der Moderation von **Gerhard Rodler (Herausgeber und Chefredakteur Immobilien Magazin Verlag GmbH)** von ihren Erfahrungen mit nachhaltigen Konzepten bei Handelsimmobilien.

Ein spannendes Konzept zur zusätzlichen Nutzung von Fachmarktzentren stellte **Dr. Alexander Rössler, MBA (Head of Group Development bei IMMOFINANZ AG)** in seinem Impulsvortrag vor: On Top Living baut Wohnungen über Fachmarktzentren - mit leistbaren Miet-Preisen und attraktiven Renditen.

Mixed-Use als Erfolgsgarant - Das war auch Thema des Expertenpanels mit **Dipl.-Ing. Alexander Budasch (Geschäftsführender Gesellschafter Austro Immo GmbH)**, **DI Erwin Größ (Geschäftsführer Strabag Real Estate GmbH & Direktionsleiter Mischek Bauträger Service GmbH)**, **Dr. Alexander Kopecek (Vorstand, Wien 3420 AG)**, **Ing. Christian Wagner (Geschäftsführer 6B47 Real Estate Investors AG)**, **Walter Wölfler, (Head of A&T Retail CEE & Austria & Senior Director CBRE GmbH)** moderiert von **Mag. Mario Schwaiger (Bereichsleiter Einzelhandelsimmobilien EHL Gewerbeimmobilien GmbH)**. Der Mangel an Bauland und der größer werdende politische Druck bei Bodenversiegelungen machen das Konzept der gemischten Nutzung so attraktiv. Aber: Mixed-Use ist in der Investorenwelt noch nicht wirklich angekommen. Eine weitere Herausforderung liegt im Vereinen der unterschiedlichsten Bedürfnisse im Planungsprozess.

VISION - Ein Blick in die Zukunft

Der dritte Teil der Veranstaltung war ganz dem Blick in die Zukunft gewidmet. Eröffnet wurde er erneut mit interessanten Daten von RegioData durch Amela Salihovic, die über die Umbrüche im Einzelhandel referierte und dabei unter anderem die reale Kaufkraft, automatisierte Shopkonzepte und Vertriebslinien im Onlinehandel thematisierte.

Norbert Hillinger (Zukunftsforscher & Senior Associate, Themis Foresight GmbH) nahm die Teilnehmer auf eine spannende Reise in die Zukunft in drei Kapitel mit. Von der Villa aus dem 3D-Drucker über virtuelle Vermögenswerte bis hin zum automatisierten Management: Die Adaptionszeiten von neuen Technologien sind heute deutlich kürzer als früher.

Wie zukunftsfähige Handelskonzepte entwickelt werden, machten die Teilnehmer des Elevator Pitches unter dem Titel „90 Seconds to Fame: Lebensmittelhändler und Gastronomen auf dem Vormarsch“ vor. Moderiert von **Mag. Monika Hohenecker (Senior Expert Cities & Municipalities, RegioPlan Consulting GmbH)** stellten **Hartmut Graf, MBA (CEO, TQSR Group GmbH)**, **Andrea Lunzer, MA (Gründerin und Geschäftsführerin LUNZERS Maß-Greißlerei, Beraterin für Zero Waste Retail Konzepte)**, **Christoph Mayer (Gründer und Geschäftsführer, Kastl-Greissler GmbH)** und **Eva Pokorny, MA (Head of Key Account Management, Too Good To Go)** ihre innovativen Business Modelle vor.

Dr. Martin Riester (Geschäftsbereichsleiter Logistik und Supply Chain Management, Fraunhofer Austria Research GmbH) widmete sich in seinem Impulsvortrag der Frage „Künstliche Intelligenz im Einzelhandel: Geht es überhaupt noch ohne?“. Klar ist: Mithilfe von maschineller Intelligenz kann es gelingen, die gesamte Logistik auf Basis von Daten nachhaltiger und effizienter zu gestalten.

enter zu gestalten. Es braucht dafür eine optimale Datenverfügbarkeit und -qualität sowie den Netzwerkgedanken als zentralen Bestandteil des Unternehmens.

Doch nicht nur im Hintergrund bieten neue Technologien spannende Möglichkeiten: **Markus Beyr (Chief Executive Officer, Attraktion! GmbH)** zeigte auf, wie 5D Shopping immersive Erlebnisse für die Kunden ermöglicht und welche Chancen Service Robotik bietet. Beim immer weiter steigenden Online-Anteil im Handel müssen vor allem Shopping Center richtige Erlebnisse bieten. Robotik bietet hier gute Möglichkeiten.

Den Abschluss des visionären Nachmittages bildete der 4-Augen-Blick in die Zukunft von **Mag. Barbara Graf, (Expansion Manager AUSTRIA, PEPCO Austria GmbH)** gemeinsam mit Norbert Hillinger. Wie kann ein „Next Level Retail im Jahr 2025“ aussehen? Einstimmig wurde festgestellt: Der stationäre Handel muss gefördert und attraktiver gestaltet werden, ansonsten droht der Kundenverlust an den Onlinehandel. Möglichkeiten und Konzepte gibt es genug, sofern man Neuem aufgeschlossen bleibt. Ist man hier in Österreich zu zurückhaltend? In keiner Weise, denn die heimische Branche beobachtet neue Trends genau und reagiert sobald sich ein Konzept bewährt hat.

FACE THE CHANGE: Am 24. Retail Symposium zeigte sich, dass die heimische Handels- und Handelsimmobilienbranche trotz der turbulenten Zeiten keineswegs pessimistisch in die Zukunft blickt. Vielmehr wird mutig an neuen Konzepten und Möglichkeiten gearbeitet und neue Herausforderungen entschlossen angegangen.

Über RegioPlan Consulting:

RegioPlan Consulting berät bei Standort- und Investitionsentscheidungen und steht seit über 35 Jahren für fundierte Markt- und Standortanalysen sowie innovatives Know-how. Das Unternehmen zählt europaweit zu den führenden Beratungsunternehmen mit Fokus auf Handel, Immobilien und Investment sowie den öffentlichen Sektor. Mit Branchenkompetenz, abgesicherten Daten und bewährter Methodik werden optimale Grundlagen für markt- und zukunftsorientierte Strategien und Handlungsempfehlungen für Standorte und Investments in Europa geboten.

www.regioplan.eu

RegioPlan Consulting – Developing Sustainable Success.

Zur Fotogalerie © Benedikt Weiss: <https://www.retailsymposium.eu/de/pics-videos>

Unsere Sponsoren



Unsere Partner



Unsere Medienpartner

