

retail

 **HANDELS
VERBAND**

Q4/2022

Preis: 4,90 Euro

MAGAZIN FÜR DEN ÖSTERREICHISCHEN HANDEL

BUY NOW, PAY LATER

Was Ratenzahlung & Co.
für den Handel bedeuten.

REGIONALITÄT IST TRUMPF

Wie Wirtschaft und
Umwelt davon profitieren.

AUGMENTED REALITY

So eröffnet die Technik
neue Shoppingwelten.

VERKAUFEN MIT PERSÖNLICHKEIT


Was die Zusammenarbeit mit Influencer:innen bringt und worauf
Händler bei Kooperationen mit Social-Media-Stars achten sollten.

Michael Buchinger,
Österreichs bekanntester
YouTuber, lüftet das
Geheimnis erfolgreicher
Influencer-Kooperationen.

Ihr Spezialist für Einzelhandelsimmobilien.

Standortanalyse | Vermarktung | Center Management | Investment

ehl.at

An alliance member of
 **BNP PARIBAS
REAL ESTATE**



DIE ZUKUNFT GESTALTEN

Im Wettbewerb um Kund:innen sind innovative Lösungen entscheidend. Das gilt für Lieferdienste, Softwarefirmen und FinTechs wie für Beratungsfirmen. Wir stellen in dieser Ausgabe fünf Startups vor, die ihre Branche verändern wollen.

Text / David Kizito Winter



NINJAS.jetzt NINJAS.JETZT

Egal, ob Lebensmittel, Medikamente, Kontaktlinsen oder Fahrradzubehör mit Bestpreisgarantie: „NINJAS.jetzt“ liefert innerhalb von 60 Minuten oder zu einem späteren Wunschtermin – CO₂-neutral per E-Bike oder E-Auto, je nach Entfernung. „Das oberste Ziel ist die lokale Wertschöpfung, alle Produkte auf unserem Onlinemarktplatz stammen aus dem örtlichen Einzelhandel“, erklärt Christopher Meingast-Graf, CEO und einer der beiden Gründer von NINJAS.jetzt. Rund 20.000 Artikel von über einhundert Händlern sind bereits gelistet, Tendenz steigend. Denn die Erweiterung des Angebots hat derzeit höchste Priorität. Alle „Local Heroes“, wie das Startup seine Partnerunternehmen vor Ort nennt, werden einzeln ausgewählt. So sollen Qualität, Nachhaltigkeit und guter Service sichergestellt werden. Bisher operiert das

Expansion. In Salzburg und Linz sind die Lieferant:innen bereits unterwegs. Jetzt will das Startup auch in Wien an den Start gehen.



Startups selected by **Katharina Schneider**, CEO von MediaShop und Leiterin des Ressorts „Omnichannel, Innovation & Startups“ im Handelsverband.

Local-Commerce-Startup in Salzburg und Linz. Anfang 2023 soll mit Wien der dritte Markt erschlossen werden. Erste Kooperationspartner stünden schon fest, sagt Christopher Meingast-Graf. Auf lange Sicht will NINJAS.jetzt auch in andere europäische Länder expandieren. Um das nötige Kapital zu akquirieren, läuft mit der Pre-Series A gerade eine zweite Finanzierungsrunde. Auch in ländlichen Gebieten und Kleinstädten sei der Aufbau des Onlinemarktplatzes vorstellbar: „Dort sehen wir großen Bedarf, weil immer mehr Läden zusperrten. Es ist möglich, unser Shopsystem zur Verfügung zu stellen und so den Einzelhandel zu unterstützen“, so der Geschäftsführer.

» **Mit NINJAS.jetzt kann der lokale Einzelhandel schneller liefern als Amazon.**

« **Christopher Meingast-Graf**
Co-Gründer, NINJAS.jetzt



David Mayer-Heinisch interessierte sich schon früh für Finanzmärkte. Als Teenager bekam er von seinem Vater einmal 5.000 Schilling und kaufte eine Aktie des deutschen Softwareunternehmens SAP. Mit dem FinTech Froots will er nun anderen helfen, langfristig Kapital aufzubauen. „Ich glaube, dass die Vollkasko-Gesellschaft vorbei ist und wir in Zukunft selbst finanziell vorsorgen müssen“, erklärt

Fotos / Ninjas-Jetzt, Daniel Willinger, beige stellt



» **Froots soll eine Financial Health Company werden, die Menschen hilft, finanzielle Verantwortung zu übernehmen.**

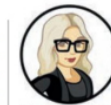
« **David Mayer-Heinisch**
Gründer, Froots

Kapitalmarktkenner. David Mayer-Heinisch arbeitete bereits als Portfoliomanager für Fondsunternehmen. Sein Fintech soll Menschen helfen, finanziell vorzusorgen.

Gründer und CEO Mayer-Heinisch. „Deshalb wollen wir professionelles Portfoliomanagement so effizient und einfach wie möglich machen, um allen Menschen Zugang zu Private Banking zu verschaffen.“ Investiert werden kann bei Froots mit einer monatlichen Einlage von mindestens 150 Euro oder einmalig mit 3.000 Euro. Die Kontoeinrichtung dauert etwa 15 Minuten. Je nach persönlichen Zielen, angestrebter Laufzeit und Risikobereitschaft erstellt das Finanz-Startup ein individuelles Portfolio und legt das Geld in verschiedenen ETFs an. ETFs sind Investmentprodukte, die Marktindizes nachbilden und verschiedene Anlagearten wie Aktien, Anleihen oder Rohstoffe umfassen. Froots verwaltet aktuell Investitionen von mehreren Millionen Euro für rund 700 Kund:innen. Die größte Herausforderung sieht Firmengründer Mayer-Heinisch in der aktuellen Krisenstimmung an den Kapitalmärkten: „Für langfristig orientierte Investoren wie uns ist die aktuelle Situation eine Riesenchance, um sich zu etablieren“, zeigt er sich dennoch zuversichtlich.

» **Der Point of Sale Doctor bietet nachhaltige und ortsunabhängige Medizin für Geschäftslokale.**

« **Heidemarie Kriz**
Gründerin, Point of Sale Doctor



POINT OF SALE DOCTOR
POINTOFSALE.DOCTOR

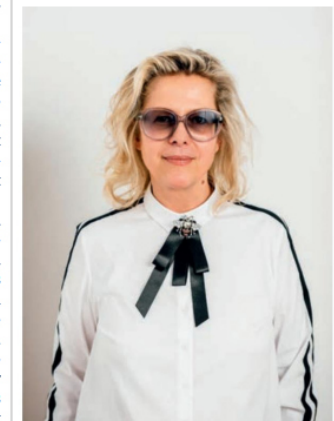
Ohne die Pandemie würde es den Point of Sale Doctor möglicherweise nicht geben. Als Heidemarie Kriz während eines Corona-Lockdowns in den leeren Einkaufsstraßen der Wiener Innenstadt spazieren ging, hatte sie die Idee für ihr Startup: eine Onlineberatung für den Einzelhandel, bei der „kranke“, das heißt nicht funktionierende Geschäfte per Smartphone gecheckt werden. Während die Klient:innen mit aktivierter Handykamera durch ihre Shops laufen, analysiert Kriz gezielt Schwachstellen und liefert Verbesserungsvorschläge. Die Expertise dafür hat sich die studierte Architektin in über 25 Jahren als Shopdesignerin für Marken wie Humanix, Nike oder Apple angeeignet. Das Portfolio der gebürtigen Grazerin reicht von der Erarbeitung des Konzepts bis zur Fertigstellung. Ihr oberstes Ziel beim Point of Sale Doctor: Geschäftslokale wieder zum Leben zu erwecken und durch passgenaue Änderungen die Conversion Rate der Shops zu steigern. Der Einzelhandel müsse sich künftig anders aufstellen, sagt sie: „Ein schönes Lokal ist zu wenig, das Gesamtpaket aus Einrichtung, Beratung, Produktpräsentation und Verkaufskanälen muss stimmen.“ Zu oft würden Händler es allen recht machen

wollen, aber dabei niemanden wirklich begeistern. Stattdessen empfiehlt die Designerin eine genauere Fokussierung auf die Zielgruppe: „Man muss seine Kund:innen kennen, um zu wissen, wie man sie anspricht. Das bedeutet oftmals, die Schaufensterpräsentation zu ändern oder Social-Media-Kanäle aktiver zu nutzen. Dafür braucht es keine großen Budgets oder teure Onlineshops“, sagt Heidemarie Kriz.



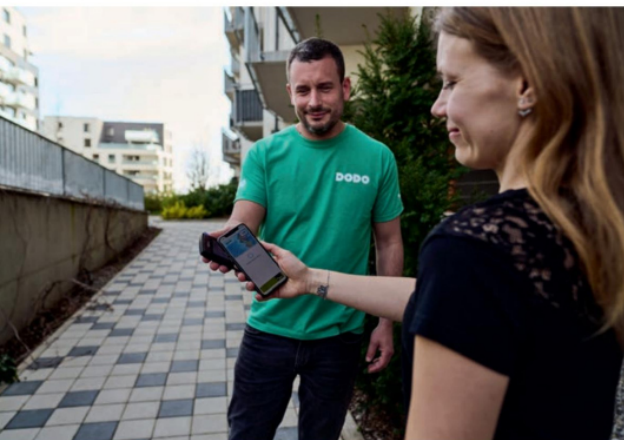
IDODO.AT

Als Michal Menšík 2016 CEO von DODO wurde, verfügte das Unternehmen über zwei Autos und zehn Lieferant:innen, die oft mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder zu Fuß unterwegs waren. Sechs Jahre später sind es über 2.000 Kuriere und 1.250 Fahrzeuge, vorwiegend Erdgas- und Elektrofahrzeuge sowie E-Bikes. Das Ziel lautet, langfristig zu den besten drei der erfolgreichsten Logistikunternehmen Europas zu gehören. Dafür hat sich das tschechische Startup auf taggleiche Last-Mile-Lieferungen spezialisiert. DODO kann Waren ab Bestellung innerhalb von 90 Minuten zustellen. „Wir ▶



Erfahrene Architektin. Heidemarie Kriz ist seit über 25 Jahren Shopdesignerin. Mit ihrer Onlineberatung per Smartphone hilft sie Händler:innen aus der Ferne.

ZUKUNFT



Innovativ. Das tschechische Unternehmen DODO will Lieferungen nachhaltiger und schneller abwickeln. Ein Algorithmus berechnet Routen automatisch.

bringen zum Beispiel Mode, Lebensmittel oder Mahlzeiten. Durch den Zwei-Mann-Service können wir aber auch große Artikel wie Möbel noch am selben Tag ausliefern, sagt Adam Rapák, PR-Verantwortlicher der DODO Group. Das Herzstück des Lieferservices ist eine eigens entwickelte smarte Logistikplattform. Jeder Auftrag wird automatisch durch einen Algorithmus geplant und abgewickelt. Anhand aktueller Verkehrsdaten errechnet die Software die ökologischste Zustellungsrouten, kommuniziert mit Fahrer:innen und bewertet im Anschluss Qualität und Geschwindigkeit der Lieferung. In sieben Ländern werden die Services von DODO bereits genutzt, Billa, SPAR und Nespresso gehören zur Kundenschaft. Kürzlich hat DODO den Schritt nach Österreich gewagt. Von Wien aus will das Unternehmen ein landesweites Logistiknetz aufbauen. Dass man hierzulande aktiv werde, sei kein Zufall: „Wir glauben, dass ein Erfolg in Österreich helfen wird, uns in ganz Europa zu etab-

» **Wir wollen die taggleiche Lieferung zum Wunschzeitpunkt im gesamten Onlinehandel etablieren.**

«
Adam Rapák
 PR-Verantwortlicher, DODO-Group

» **Unser Ziel ist es, modulare, einfach implementierbare Tools für Händler jeder Branche und Größe anzubieten.**

«
Jürgen Brock
 CEO, fulfillmenttools

ware kann die gesamte Wertschöpfungskette abbilden, von der Produktverfügbarkeit vor dem Kauf bis zur Übergabe“, erklärt fulfillmenttools-CEO Jürgen Brock. Onlinebestellungen könnten dadurch effizienter abgewickelt werden, Kundenzufriedenheit und Profitabilität langfristig steigen. Gegründet wurde fulfillmenttools vom Billa-Mutterkonzern REWE. Die Kombination aus jahrelanger Erfahrung im Handel und Tech-Expertise stellt das deutsche Software-Startup nun anderen Firmen zur Verfügung. Alle cloudbasierten Anwendungen lassen sich ohne großen Aufwand in bestehende Händlersysteme integrieren und intuitiv anwenden. Hauptkunden von fulfillmenttools sind Unternehmen mit einem Filialnetz, das mit dem Onlineshop verknüpft werden soll. Diese Aufgabe übernimmt zum Beispiel ein „Distributed Order Management System“. In einem zweistufigen Prozess entscheidet es automatisch, welcher Händlerstandort für die Bearbeitung einer Bestellung am ehesten infrage kommt. Das Startup setzt dabei auch auf flexible Modelle wie Ship from Store oder Click & Collect. Zwischen fulfillmenttools und seinen Mitbewerbern erkennt CEO Brock einen entscheidenden Unterschied: „Wir setzen nicht beim einfacheren Order-Management an, sondern denken vom schwierigeren Ende her, von der erfolgreichen Belieferung.“

fulfillmenttools
 SIMPLIFYING RETAIL COMPLEXITY
FULLFILLMENTTOOLS.COM

Was komplex klingt, muss nicht kompliziert sein. Das gilt auch für „SaaS Omnichannel Fulfillment“: „Vereinfacht erklärt, helfen wir Handelsunternehmen dabei, die Bestellungen von Kund:innen zu optimieren. Unsere Soft-



Fulfillmentprofis. Das Management-Team aus Jürgen Brock, Linda Kuhr und Björn Dröschel (v. l. n. r.) führt das deutsche Unternehmen. Mittlerweile beschäftigt fulfillmenttools 60 Mitarbeiter:innen.

Fotos / Radovan Bartek beige stellt

Fotos / beige stellt



GANZHEITLICHE LÖSUNGEN FÜR DIGITALE TRANSFORMATION VON EMAKINA CEE

Emakina stärkt Kundenbeziehungen mit solider Erfahrung von über 20 Jahren. Die digitale Agentur legt dabei viel Wert auf Co-Creation und gemeinsames Wachstum.

Emakina ist ein EPAM-Unternehmen, das seine Kompetenz bei der Entwicklung kreativer Lösungen, personalisierter Kundenerlebnisse und digitaler Produkte der nächsten Generation für internationale Kunden ausbaut. Emakina schafft zukunftssichere digitale Ökosysteme, in deren Fokus die User:innen stehen. Als Fürsprecher:innen der User:innen arbeiten Expert:innen mit den Kunden zusammen, um die notwendigen Erkenntnisse über de-

ren User:innen zu gewinnen und hocheffektive Strategien sowie ansprechende digitale Erlebnisse zu entwickeln. Dazu gehören CRM-Systeme, Omnichannel-Commerce, Digital Asset Management, Product Information Management, Websites, hochmoderne Apps und Advanced Analytics. Emakina betreut namhafte Unternehmen wie Asfinag, Hartlauer, Head, Julius Meinl, Kastner & Öhler, REWE, Palmers, Snow Space Salzburg und viele andere.



Co-Creation. Berater und Partner in Strategie und Umsetzung. Der Service reicht vom ersten Gedanken des Projekts bis hin zur Fertigstellung und darüber hinaus.

EMAKINA
 AN EPAM COMPANY
 Farhad Farahani
 New Business Lead
 +43 676 335 85 42
 f.farahani@emakina.at
 www.emakina.at

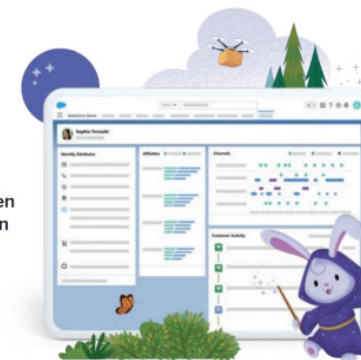


CUSTOMER EXPERIENCE MACHT DEN UNTERSCHIED

Der CRM-Marktführer bringt Unternehmen und Kund:innen im digitalen Zeitalter zusammen. Mehr als 150.000 Firmen weltweit vertrauen auf die Lösungen von Salesforce.

Die Kundenerfahrung ist heute das wichtigste Differenzierungsmerkmal für Unternehmen. Dazu benötigen Betriebe eine zentrale Sicht auf sämtliche Daten – und eine solche ermöglicht Salesforce: Service, Marketing und Vertrieb können jetzt mit Salesforce Genie, der CDP auf Basis der Salesforce Customer 360 Plattform, auf eine zentrale Informationsquelle zugreifen, die Daten aus allen verfügbaren Systemen und Kanälen bündelt. Dieser

Rundum-Blick ermöglicht individuellen Service und maßgeschneiderte Produkte, was die Kundenzufriedenheit erhöht und den Geschäftserfolg nachhaltig stärkt. Salesforce bietet Unternehmen, unabhängig von deren Größe oder Branche, die Vorteile leistungsstarker Technologien wie Cloud, Mobile, Social, IoT, künstlicher Intelligenz, Voice und Blockchain, um eine 360°-Sicht auf ihre Kund:innen zu gewinnen.



Übersicht. Mit der Customer Data Plattform „Salesforce Genie“ können Unternehmen auf eine zentrale Informationsquelle zugreifen.

salesforce
 Salesforce Österreich
 Steffen Lange, Country Leader
 Salesforce Austria
 The Icon Vienna, Tower 24/3rd Floor
 Wiedner Gürtel 13
 1100 Wien
 Tel.: 0800 29 20 27
 www.salesforce.com/de