

30.06.2011 - 10:15 Uhr

Re-Generation: Wie der Handel in der digitalen Epoche aufersteht - GDI-Trendradar 1.11

Rüschlikon (ots) -

Die Handelswelt steht vor einem Paradigmenwechsel: Der schnelle Wandel in Technologie und Gesellschaft verteilt die Rollen von Händler und Kunde grundlegend neu. Zudem verschmelzen die Off- und Onlinewelten. Wer mit seinen Produkten und Marken nicht untergehen will, braucht neue Geschäftsmodelle. An der 61. Internationalen Handelstagung des GDI Gottlieb Duttweiler Institute diskutieren Experten aus der Handelswelt unter dem Stichwort Re-Generation diese Prozesse der Erneuerung. Im "Trendradar 1.11" erklären wir anhand von Beispielen, wie Unternehmen den Weg in die Zukunft meistern. Hier einige Themen-Anrisse:

Formate umdeuten: Das Portemonnaie wird abgelöst vom E-Wallet, das alle Funktionen des Geldbeutels in einer Smartphone-App vereint.

Rollen umdeuten: Eine britische Rockband geht neue Wege in der Albumproduktion, indem sie den Fans die formale Kontrolle überlässt und sie am Verkauf beteiligt.

Glaubwürdigkeit: Als McDonald's Europa einsah, dass sein Essen nie für "gesunde Ernährung" stehen würde und stattdessen auf Regionalisierung und Ambiente setzte, startete der Betrieb durch - ausgerechnet in Frankreich. Das zeigt: Auch wenn sie kurzfristig schmerzt, Glaubwürdigkeit wird belohnt.

Kundeneinbezug: Wie erfährt ein Unternehmen, was seine Kundschaft will? Fragen! Wer allerdings die Antworten nicht wahrhaben will, bestraft sich doppelt. Pril weiss das bestens...

Authentizität: Im Foodbereich wächst das Bedürfnis der Kundschaft nach einer Nachverfolgbarkeit des natürlichen Produktionsweges weiter. Das zeigt sich z.B. anhand des Booms von Biogemüse-Abos bei Bauern aus der Region.

Lesen die den ganzen Trendradar mit weiteren Beispielen zum freien Abdruck unter <http://www.gdi.ch/de/downloads/gdi-trendradare>

Kontakt:

mauro.guarise@gdi.ch; Telefon +41 44 724 62 05

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100002688/100700163> abgerufen werden.