AmCham Austria
American Chamber of Commerce in Austria

BILLA AG-Vorstand Robert Nagele zeigt die StÃ ¤rken des Omnichannel-Retailers beim Business Breakfast der U.S. Handelskammer â€“ BILD/ VIDEO

ID: LCG17408 | 23.10.2017 | Kunde: AmCham -American Chamber of Commerce | Ressort: Wirtschaft Ã-sterreich | Medieninformation

Freitagvormittag erklärte BILLA AG-Vorstand Robert Nagele den Mitgliedern der American Chamber of Commerce in Austria beim Business Breakfast im Hilton Vienna Plaza, wie sich der Handel im digitalen Wandel verändern wird.

Bilder zur Meldung auf http:// presse.leisuregroup.at/ amcham/ nagele

Video zur Meldung auf https:// www.youtube.com/ watch?v=AxQAW1GLdlc

Wien (LCG) – Auf Einladung von Xerox Austria-Geschäftsführerin und AmCham Austria-Präsidentin **Sandra Kolleth** gastierte BILLA AG-Vorstand **Robert Nagele** am Freitagvormittag beim Business Breakfast der American Chamber of Commerce in Austria im Hilton Vienna Plaza und widmete seine Keynote dem Thema „Der Handel im digitalen Wandel".

> „Wir sind ein Omnichannel-Retailer: BILLA überall, zu jederzeit und in jedem Kanal", führt Nagele aus. Kunden schreiben beispielsweise die Einkaufsliste für den Online-Shop in der BILLA-App am Smartphone und gehen schließlich in die Filiale, wodurch es zu starken Überschneidungen zwischen den unterschiedlichen Kanälen kommt.

Big Data ist bei BILLA seit 30 Jahren ein Thema

Die Nähe zum Kunden treibt den Wandel im Handel stark voran. Vor rund 25 Jahren begann man bei BILLA mit Scanner-Kassen und

implementierte in weiterer Folge Kundenkartensysteme, um Erkenntnisse aus anonymisierten Big Data zu ziehen. Die Einführung der Smartphones vor zehn Jahren führte zu einem signifikanten Wandel in der Interaktion mit den Kunden. Mit rund 900.000 Kunden pro Tag ergeben sich zahllose Touchpoints mit den Konsumenten. Einzelne Standorte werden künftig auf Basis von Daten individualisiert und mit einem standortspezifischen Sortiment ausgestattet werden, das den Wünschen der Konsumenten Rechnung trägt.

Während man bei der Einführung noch gar nicht wusste, was man mit den gewonnen Daten von der BILLA-Kundenkarte alles machen kann, ist sie heute ein wichtiger Faktor in der Sortimentsgestaltung. Seit sieben Jahren widmet sich eine eigene Abteilung mit Data-Scientists und Data-Analysts der Datenauswertung. Monatlich werden 1,5 Milliarden Datensätze analyisiert, um Promotions zu steuern, Standorte zu planen und Sortimente auszuarbeiten. Dabei setzt BILLA natürlich nicht auf personenbezogene Daten, sondern die Erkenntnisse aus Big Data, die Eingang in nahezu alle Prozesse finden.

BILLA öffnet neue Kommunikationswege mit den Mitarbeitern

Digitale Kommunikation ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor, wobei BILLA auf die Vielfalt der Kommunikationskanäle setzt. Auch in der Mitarbeiter-Kommunikation nützt das Handelsunternehmen bereits eine App, um den direkten Informationsaustausch einfacher und transparenter zu gestalten. Über die App werden sich Mitarbeiter mitunter über Tutorial-Videos informieren und weiterbilden können.

Individualisierung verändert den Markt

„Individualisierung ist der wichtigste Trend und bietet enorme Chancen", ist Nagele überzeugt. Beispielsweise macht es keinen Sinn, Vegetarier mit Fleischprodukten anzusprechen. Die Basis für individuelle Angebote ist der richtige Umgang mit Daten, wobei sich BILLA der hohen Verantwortung seiner Kundendaten bewusst und

auch schon bestens auf die bevorstehende EU-Datenschutzgrundsatzverordnung vorbereitet ist.

Der Lebensmittelmarkt in Österreich hat ein Volumen von rund 20 Milliarden Euro und wird damit künftig auch für globale Anbieter wie den Giganten Amazon interessant sein, der kürzlich die Supermarkt-Kette „Whole Foods" gekauft hat. Studien gehen davon aus, dass rund fünf bis 20 Prozent des Lebensmittelhandels auf digitale Marktplätze abwandern werden.

Foodora, Uber Eats und Co. mischen am Markt mit

Unterschiedliche Temperaturanforderungen der Produkte machen den Lebensmittelhandel auf der letzten Meile sehr komplex und kostspielig, führt Nagele weiter aus. Als Vorreiter im Online-Handel ist BILLA bereits seit 17 Jahren mit einem Online-Shop am Markt, der seit drei Jahren im Rahmen einer Vorwärts-Strategie stark forciert wird. Als einziger Händler liefert BILLA das gesamte Sortiment an jede Adresse im ganzen Land und setzt damit einen hohen Standard. Damit möchte Nagele für den Eintritt internationaler Anbieter vorbereitet sein. Schon heute stellen Foodora, Uber Eats und Co. einen starken Mitbewerb im Spannungsfeld zwischen Lebensmitteleinzelhandel und Gastronomie dar.

Manager lassen sich von Digitalisierungsthemen beim Frühstück inspirieren

Beim ersten Business Breakfast der neuen Präsidentin der Amercian Chamber of Commerce in Austria konnte Xerox Austria-Geschäftsführerin **Sandra Kolleth** unter anderem begrüßen: **Michaela Böhmer** (Schoellerbank), **Johannes Dobretsberger** (Oracle),**Kurt Fetscher** (Zebra Technologies), **Klaus Hölbling** (Alix Partners), **Ingrid Kriegl** (Sphinx IT), **Isabella Krumhuber** (Österreichischer Agrarverlag), **Gerhard Mitrovits** (Palais Hansen Kempinski), **Gerald Perchtaler** (Hewlett-Packard), **Herbert Petz** (CBRE),**Gerhard Raffling** (Commvault Systems), **Markus Ramoser** (PWC Austria), **Monika Reich** (Marsh Austria), **Gerald Salzmann** (UBS Wealth Management), **Martin Spatz** (Quintiles), **Bettina Vogler-Trinkfass** (Procter & Gamble Austria) und Hilton Vienna Plaza-Direktor**Matthias Welzel** .

Über Robert Nagele

Robert Nagele ist seit über 20 Jahren bei BILLA. Er hat nach Abschluss der HLF Tourismusakademie in Krems, dem Besuch der WU Wien und ersten Berufserfahrungen im In-und Ausland ab 1996 bei BILLA eine Traineeausbildung absolviert. Er war danach mit unterschiedlichen Führungspositionen in den Bereichen Verkauf, Einkauf und Organisation betraut. 2003 wurde ihm die Profitcenterleitung für den Feinkostbereich als Direktor überantwortet und 2009 wurde er zum BILLA Vertriebsdirektor ernannt. Seit Jänner 2016 ist er als Vorstand bei BILLA für die Bereiche Vertrieb, Personalentwicklung, Controlling, Organisation sowie interne Kommunikation verantwortlich. Während seiner Karriere hat er unter anderem Ausbildungen zum TQM Assessor und systemischen Coach absolviert.

Über BILLA

BILLA und Österreich verbindet seit mehr als 60 Jahren eine einzigartige Erfolgsgeschichte: Als Pionier im heimischen Lebensmittelhandel sorgt BILLA dafür, dass in ganz Österreich täglich Lebensmittel und Produkte zu einem fairen Preis verfügbar sind. Mit seinem flächendeckenden Filialnetz und dem BILLA Online Shop ist BILLA der Rundumversorger der österreichischen

Haushalte. Das Sortiment deckt die ganze Range an Produkten ab und reicht von einer breiten Palette an Markenartikeln bis zu den erfolgreichen Eigenmarken. Darunter die Ja! Natürlich Bio-Produkte, qualitativ hochwertige Produkte der BILLA Eigenmarke, sowie die Diskontlinie clever®. BILLA entwickelt sein Produktsortiment und Serviceangebot ständig weiter, um den individuellen Bedürfnissen der Menschen in Österreich gerecht zu werden und diesen tagtäglich ein kulinarisches Erlebnis zu bieten.

BILLA gehört zur REWE International AG und ist Teil von einem der größten Lebensmittelhändler Europas. Nachhaltigkeit hat BILLA in seiner Unternehmensstrategie umfassend verankert: Heute sind rund 730 der mehr als 1.050 BILLA-Filialen in Österreich energieeffizient. Mit seinen über 4,2 Millionen Kunden besitzt BILLA den größten Vorteils-Club Österreichs und setzt den Fokus verstärkt auf individuelle Preis-und Sortimentsgestaltung. Des Weiteren ist BILLA Vorreiter im heimischen Online Lebensmittelhandel und mit seinem BILLA Online Shop als einziger Vollsortimenter des Landes dazu in der Lage, alle österreichischen Haushalte mit dem Online Shop persönlich zu beliefern. Damit ist BILLA nicht nur ein wichtiger Nahversorger, sondern wird sich künftig als 360-Grad Versorger der österreichischen Haushalte etablieren. Weitere Informationen auf http:// www.billa.at .

Über AmCham Austria

Die American Chamber of Commerce in Austria setzt sich als privatwirtschaftlich organisierte U.S. Handelskammer in enger Zusammenarbeit mit der U.S. Diplomatie für den Ausbau der Wirtschafts-und Handelsbeziehungen zwischen Österreich und den Vereinigten Staaten ein. Als aktive Interessensvertretung repräsentiert sie US-Unternehmen, die am österreichischen Markt aktiv sind, und unterstützt österreichische Unternehmen bei ihren Erfolgen in den Vereinigten Staaten. Als Business-Enabler fördert sie die transatlantische Zusammenarbeit und vernetzt gemeinsame Wirtschaftsinteressen. Weitere Informationen auf http:// www.amcham.at .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf https:// www.leisure.at . (Schluss)