Kunden-Nutzen mit Multimedia im Detailhandel

Ein verändertes Konsumverhalten und das Auftreten neuartiger Wettbewerber prägen den Schweizer Detailhandel von heute. Unter dem Stichwort "easy shopping" ergänzt die Jelmoli-Gruppe konventionelle Einkaufsmöglichkeiten mit elektronischem Shopping und setzt die neuen Medien im Sinne von Convenience und Erlebnis für anspruchsvolle Konsumenten ein. Die hohe Akzeptanz zeigt, dass die Jelmoli-Kunden den Mehrnutzen des Mensch-Maschine-Dialogs zu schätzen wissen.

** Von Günter Nierlich, Jelmoli AG*

Die Jelmoli-Gruppe hat sich mit einem Konzernumsatz von 1,5 Mrd. sFr. im Jahr 1992 zur bedeutendsten börsenkotierten Unternehmung im Schweizer Detailhandel entwickelt. In der 160jährigen Firmengeschichte profilierte sich Jelmoli immer wieder als Innovator im Handels- und Dienstleistungsbereich. Auf eine Phase der Automatisierung, Zentralisation und Diversifikation folgte 1989 mit der Aufwertungsstrategie ein weiterer innovativer Schritt. Auslösender Faktor war das neue Konsumverhalten: Die Kunden wechseln mit einer beeindruckenden Selbstverständlichkeit Einkaufsquellen und -gewohnheiten. Anspruchsvollen Konsumenten bietet Jelmoli durch eine bedürfnisorientierte modulare Bündelung von Produkten und Dienstleistungen neuartige, attraktive Einkaufsmöglichkeiten. Das Unternehmen setzt dabei voll auf den Einsatz elektronischer Medien.

Easy Shopping mit Videotex

Der in 800.000 Exemplaren erscheinende Versandkatalog wird durch Videotex zum Dialogkatalog erweitert. Jelmoli verwendet das Medium Videotex (Vtx) modular in verschiedenen Situationen:

- im direkten Dialog mit dem Kunden zuhause (365 Tage rund um die Uhr)
- im Verbund von Vtx und Katalog zur Verkaufsunterstützung in den Ladengeschäften
- im On-Line Shop (Zürcher Shop Ville)
- als Schaufensteranwendung

Easy Shopping mit dem elektronischen Katalog JAVIS

Das "Jelmoli Audiovisuelle Verkaufs- und Informationssystem" dient vor allem der wirkungsvollen Steigerung des Kundennutzens für die Jelmoli-Verkaufspersönlichkeiten. JAVIS arbeitet in zwei Einsatzsituationen:

- im Wohnstudio der Warenhäuser
- als Schaufensterapplikation.

Der elektronische Katalog ab Bildplatte und Digitalbilder ab Festspeicher ermöglichen es dem Verkaufspersonal, aus einem Sortiment von 50'000 Artikeln innerhalb von Sekunden ein individuell auf den Kunden abgestimmtes Angebot zusammenzustellen. Die Anzahl tatsächlich ausgestellter Wohnartikel kann auf ein Minimum reduziert werden. Wertvolle Quadratmeter in teuren City-Lagen werden so optimal genutzt. Rund um die Uhr kommt JAVIS in den Schaufenstern der Warenhäuser zum Einsatz. Die Kunden navigieren mit Knopfdruck auf einer Einfachtastatur durch die Wohnwelten. Die positive Akzeptanz nach zweijährigem Betrieb ermunterte Jelmoli, die Anwendung funktional und regional auszuweiten.

Easy Shopping mit Audiotex

98 Prozent der Schweizer Haushalte verfügen bereits über das erforderliche "Kommunikationsterminal" - das Telefon. Jelmoli evaluiert gerade die Möglichkeiten für Audiotex. Die Kunden würden ihre Kundennummer, die Bestellnummer laut Versandkatalog und die gewünschte Menge mit der Tastatur des Telefons oder per Sprache eingeben. Der rund um die Uhr verfügbare Computer quittiert die Artikel und gibt das Lieferdatum an. Daneben generiert Audiotex eine interessante Kompensation für die Dienstleistung des Anbieters: 2/3 des Preises, den der Kunde für eine Dialogminute zahlt, werden via PTT-Verrechnung dem Anbieter überwiesen.

Die Technik bleibt im Hintergrund

Unterschiedliche Benutzer je nach Einsatzsituation stellen unterschiedliche Anforderungen an die technische Systemgestaltung der elektronischen Einkaufsmedien. Die Wahl der Bildplatte für JAVIS ergab sich in erster Linie aus der Bedeutung des Bewegtbildes für die geplante Einsatzsituation. Kein anderes Medium erfüllt derzeit besser die Anforderungen an Bildqualität, interaktiven Schnellzugriff und Verschleissfreiheit bei gegebenem Kostenniveau der Abspielgeräte. Als zentrale Steuerkomponente und Träger für die lokale Datenhaltung wählte man einen handelsüblichen 386er PC mit VGA/256 Farben-Bildschirm, aufgerüstet mit Overlay-, Ton- und Modemkarte. Massendaten für Digitalbilder und Digitalton werden auf einer zusätzlichen Festplatte gespeichert. Die wichtigsten Systemkomponenten werden in allen Einsatzbereichen in gleicher Art verwendet, wogegen sich äussere Gestaltung, Dialogmedium, Funktionen und Inhalte fallweise ändern. Diese Gestaltungselemente nimmt der Benutzer wahr. Die technischen "Innereien" hingegen werden bewusst von Kunden und Verkaufs-personal ferngehalten.

Der elektronische Markt als Ziel

Jelmoli hat in den letzten Jahren beträchtliche Investitionen in Entwicklung und Einführung der geschilderten Anwendungen geleistet. Dank sorgfältiger Analyse und integraler Einbettung in die konzernweite Marketing- und Ausbildungsstrategie wurden die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Umsetzung geschaffen. Die statistischen Daten zeigen, dass die Kunden die neuen Applikationen und den Mehrnutzen des "Screen Shopping" zu schätzen wissen, was Jelmoli den Anreiz bietet, neue Dienstleistungen mit ausgesuchten Partnern auf breiter Basis weiterzuentwickeln. Die Abklärungsphase mit dem Ziel der Realisierung eines elektronischen Marktes ist bereits angelaufen, der Eintritt in die Pilotphase ist für 1998 geplant. ■

** Günter Nierlich ist Leiter der Abteilung Elektronische Medien bei der Jelmoli AG in Zürich.*

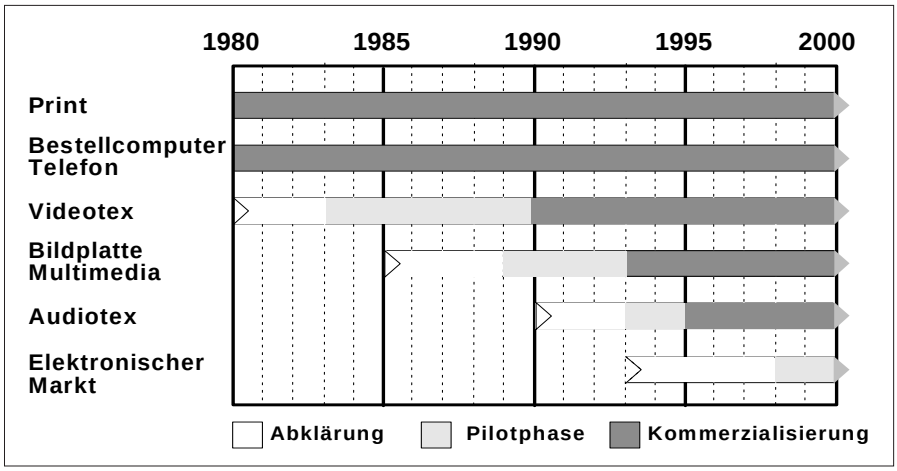

Abb. 1: Einführung elektronischer Medien bei Jelmoli