

Pressemeldung Smart Retail Summit 29. November 2022

„Der Handel der Zukunft ist smart, wenn sich Konzepte für Digitalisierung und Nachhaltigkeit gegenseitig verstärken“

Experten aus Wissenschaft und Praxis diskutieren in Göttingen über die Transformation des Handels hin zum Smart Retail

Auf Einladung der Smart Retail Group der Wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät der Universität Göttingen diskutierten am 29.11.2022 in der Alten Mensa am Wilhelmsplatz in Göttingen ausgewiesene Expert*innen die zukünftigen Entwicklungen des Handels angesichts kritischer Herausforderungen wie Nachhaltigkeit, digitale Transformation, Omnichannel-Integration und Resilienz der Lieferketten. Zentrale Botschaft des Summit: Smart Retail ist ein Transformationsprozess, bei dem sich Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Handel gegenseitig verstärken, um gleichzeitig ökonomisch und ökologisch agieren zu können. „Die Smart Retail Group der Universität Göttingen führt wissenschaftliche und praktische Expertise zusammen, um einen Beitrag zu dieser Transformation zu leisten“, betonte der Dekan Prof. Dr. Matthias Schumann in seiner Eröffnungsrede. Ergänzt wurde seine Rede durch zwei Forscher*innen der Gruppe: Während Prof. Dr. Yasemin Boztuğ die Kundenperspektive in diesem Transformationsprozess hervorhob, betonte Prof. Dr. Manuel Trenz in seinem Eröffnungsbeitrag die Bedeutung einer intelligenten Nutzung digitaler Technologien.



Eröffnungsrede des Dekans Prof. Dr. Matthias Schumann

In seiner anschließenden Keynote erläuterte Prof. Dr. Alexander Hübner, Professor für Supply and Value Chain Management an der TU München, die gesellschaftlichen Nachhaltigkeits-erwartungen am Beispiel der Diskussion um Lebensmittelverschwendung. Dabei zeigte er anhand neuester Forschungsergebnisse, dass sowohl auf Seiten der Produktion und des Handels als auch bei den einzelnen Haushalten hohe Potenziale zur Vermeidung der Vernichtung von Lebensmitteln bestehen.

In sog. Tandem-Vorträgen beleuchteten dann Unternehmensvertreter*innen gemeinsam mit Wissenschaftlern der Smart Retail Group verschiedene Aspekte des Zusammenspiels von Nachhaltigkeit und Digitalisierung im Handel.

Tobias X. Gruber, Head of Sustainability der Otto Group, und Prof. Dr. Waldemar Toporowski beschrieben, wie durch eine konsequente Nachhaltigkeitsstrategie über eine ganze Konzerngruppe hinweg spezifische Nachhaltigkeitsziele, wie z.B. Standards in der nachhaltigen Holzproduktion, etabliert und umgesetzt werden können.

Dr. Melanie Bockemühl, Strategic Advisor for Digital Transformation, zeigte gemeinsam mit Prof. Dr. Maik Hammerschmidt auf, wie der Einsatz künstlicher Intelligenz in der Marketingkommunikation Menschen zu verantwortungsvollerem Kauf- und Konsumverhalten bewegen kann.

Abschließend diskutierten Andreas Hillmann, Leiter Transportlogistik bei der REWE Group, und Prof. Dr. Matthias Klumpp die konkreten Ansatzpunkte einer resilienten und nachhaltigen Handelslogistik der Zukunft und erläuterten, wie beispielsweise automatisierte Lagersysteme und nachhaltige Transportprozesse die kontinuierliche Warenverfügbarkeit im Handel auf effiziente Weise sicherstellen.