

# retail

MAGAZIN FÜR DEN ÖSTERREICHISCHEN HANDEL



Q2/2022

Preis: 4,90 Euro

Marco Pogo.  
Turbobier-  
Frontman und  
Onlinehändler.

## FULFILLMENT IM RETAIL-CHECK

Was Full-Service-Provider  
leisten – und was nicht.

## VON WEGEN MONOPOL!

Wie europäische  
Plattformen Amazon  
die Stirn bieten.

## NEUE TRENDS AUS CHINA

Wo der E-Commerce  
„mobile only“ läuft.

## ALLES FÜR DIE STARKE MARKE

Von den Kleinen lernen: Warum Mut und  
Kreativität im E-Commerce noch immer  
mehr zählen als das größte Werbebudget.

Offizielles Medium des Handelsverbands / P.B.B. Verlagsort 1080 Wien / Zulassungsnummer 092.039.335 M

Ihr Spezialist für Einzelhandelsimmobilien.

Standortanalyse | Vermarktung | Center Management | Investment

ehl.at

An alliance member of  
BNP PARIBAS  
REAL ESTATE



## ZUKUNFT



▲ **Expertise.** Lukas Glaser kombinierte für Histros seine beiden Fachgebiete Biotechnologie und Südosteuropa.

Die Palette reiche dabei von Softdrinks über Bonbons bis hin zu Kosmetika wie Crèmes, Salben und Bodylotions, erklärt Glaser. „Im Grunde sind diese ätherischen Öle Aromastoffe“, sagt er. „Sie werden aus Pflanzen gewonnen, die ein warmes Klima brauchen – wie es sich in Bulgarien findet.“

### monkee

**MONKEE GMBH**

[www.monkee.rocks](http://www.monkee.rocks)

Sparen neu zu denken und attraktiv zu machen – das ist der Grundgedanke des 2018 gegründeten Startups Monkee. Denn den beiden Gründern Christian Schneider und Martin Granig geht es darum, „diesen alten Gedanken, sich nur Sachen zu kaufen, die man sich wirklich leisten kann, digital neu zu interpretieren“, wie Schneider meint. Das Prinzip hinter Monkee ist also die Antithese zu „Buy now, pay later“, nämlich „Save now, buy later“. Der Konsum sei mittlerweile

» **Wir wollen keine neue Bank gründen. Der Mehrwert liegt in der Verbindung zwischen den Finanzen unserer Nutzerinnen und Nutzer und den Händlern.**

«

**Christian Schneider**  
Co-Gründer Monkee

wesentlich digitaler geworden, während „sich das Sparen in den letzten Jahrzehnten nicht großartig verändert hat“, findet Schneider. Hinter dem Prinzip der App steht unter anderem die verhaltensökonomische Idee, dass sich 500 Euro für ein Smartphone nach sehr viel Geld anfühlen, 10 Euro pro Woche, die man sich über ein Jahr hinweg anspart, hingegen gleich nach viel weniger.

Mit verschiedenen Challenges und automatisierten Sparregeln hilft Monkee seinen Nutzer:innen so dabei, mehr Geld für ihre Ziele und Wünsche zu sparen. Das Besondere: Mit jedem Einkauf der Nutzer:innen bei einem der über 340



▲ **Sparefrohs.** Christian Schneider, Jean-Yves Bitterlich und Martin Granig (von links nach rechts) liefern mit Monkee eine Alternative zu „Buy now, pay later“.

» **Userwerk geht es um personalisierte Angebote, die Endkund:innen einen Mehrwert bringen. So kann Checkout-Marketing für alle Onlineshops interessant sein.**

«

**Markus Kalb**  
Gründer Userwerk

Partnerunternehmen der App, erhalten sie finanzielle Beiträge, sogenannte „FutureBoosts“ für ihre Sparziele. Das ist eine Win-win-Situation: Die Nutzer:innen erreichen ihre Sparziele noch schneller, die Partnerunternehmen erhalten neue sowie loyalere Kund:innen und kreieren positive Kontaktpunkte. Monkee kann dabei in der App individualisiert Partnerunternehmen auf Basis des Spar- und Ausgabeverhaltens empfehlen, wodurch beispielsweise ein Elektronikunternehmen die Möglichkeit hat, über Monkee eine Zielgruppe zu erreichen, die gerade auf ein neues Smartphone oder einen Laptop spart. „Durch das datenbasierte Matching von Nutzer:innen mit Handelspartnern sehen wir schon im Durchschnitt zehnmal höhere Kaufraten als bei vergleichbaren Modellen im Loyalty Bereich“, erklärt Schneider.

US  
USI  
www  
Che  
Nis  
tun  
Ges  
ver  
sch  
Pro  
Ma  
I  
ten  
Sho  
Wel  
wer  
lich  
kön  
wei  
zier  
Sho  
takt  
das  
sho  
doc  
che



Sma  
digi

Xenioo C  
in- & out  
book Me  
für Kund

Per Drag  
erstellen  
werden k  
Chatbot  
NLP entl



Egal, übe  
treten wo  
kommun

MEHR I