

Pressemitteilung

Wien, 23. November 2018

ECR INFOTAG: Mit Maschinen Emotionen schaffen

Unter dem Motto „Think Digital – Act Real“ widmete sich der ECR Infotag 2018 dem Zusammenspiel von Mensch und Maschine sowie dessen Auswirkungen auf die Konsumgüterbranche.

Unternehmen, die *Artificial Intelligence* nutzen, wachsen um 30% schneller und generell sind 90% des gesamten Wachstums auf Technologie zurückzuführen – das sind nur zwei Facts, die Trendforscherin Cate Trotter präsentierte. Dabei ist es laut Matthew Banks von Bright Yellow Circle nicht der bloße Einsatz von Maschinen, sondern die Art und Weise, wie man mit deren Hilfe die DNA, die *Distinctive Needs and Aspirations*, der Kunden von morgen besser verstehen kann.

Um heute gute Kundenbeziehungen zu schaffen, braucht es nicht nur die Hilfe von Maschinen, sondern vor allem eines: Emotionen. „Die Customer Experience von heute sollte sich eigentlich an Pixar- oder Disney-Filmen orientieren“, meint Janneke van den Heuvel von Trylikes, die am ECR Infotag ihre „[Emotional Feedback Buttons](#)“ präsentierte. Diese konnten auch vor Ort ausprobiert werden und geben interessante Einblicke: So bezeichnen sich zu Beginn des Events über 30% als sehr digital affin, diese Begeisterten steigen nach den Keynotes sogar auf 60% an. Die Hälfte denkt, dass ihr Unternehmen gut für den digitalen Wandel vorbereitet ist, allerdings glauben über 50% noch nicht so an das synergetische Zusammenspiel von Mensch und Maschine. Sehr positiv zu beurteilen ist mit Sicherheit die Tatsache, dass fast 70% große Potenziale für unsere Branche sehen und immerhin 60% sich auch persönlich einsetzen, ihr Unternehmen digital fit zu machen.

ECR Talk mit Ergebnissen

Beim Thema [Stammdaten](#) gibt es heuer einen Durchbruch: Es gibt erste Hersteller, die mit der Ablöse des Artikelpasses starten, Rewe International und Markant rollen nun die Stammdaten-Automatisierung sukzessive aus. Im Bereich Displays wurde eine [Publikation](#) präsentiert, die eine standardisierte Lösung beim Logistikprozess vorschlägt, wo alle Details bzgl. Kopflastigkeit, Höhe, Gewicht, Stabilität und Transportverpackung erläutert werden. Auch im Bereich Bilddaten gibt es klare Fortschritte bei der Umsetzung der vor einem Jahr gelaunchten [Guideline](#). Neu ist außerdem die Integration der Verpackungsindustrie als einer der größten Lieferanten für die FMCG-Branche: Diese Arbeitsgruppe „[Verpackung 360](#)“ beschäftigt sich vorwiegend mit den Themen Smart Packaging und Circular Economy.

ECR Weiterbildung & Auszeichnungen

Bei den [ECR Academic Student Awards](#) werden fünf zukünftige Verantwortungsträger für ihre Bachelor- bzw. Masterarbeiten ausgezeichnet, aber auch für bereits Berufstätige gibt es 2019 wieder die renommierten [ECR Kurse](#), wo Praxis-Projekte eine große Rolle spielen und das Gelernte nahtlos ins Unternehmen mitgenommen werden kann.

ECR Austria ist eine übergreifende Plattform der FMCG-Branche, bei der Handel, Industrie und Dienstleister gemeinsam effiziente und zukunftsorientierte Lösungen zum Nutzen des Konsumenten und der Gesellschaft erarbeiten. Aktuell zählt die ECR Austria Initiative 115 Mitglieds-Unternehmen, die sich aktiv in Arbeitsgruppen zu relevanten Branchen-Themen einbringen und Handlungsempfehlungen gemeinsam erarbeiten. Seit der Gründung im Jahr 1996 hat sich ECR Austria zu einer der erfolgreichsten nationalen ECR Initiativen Europas entwickelt. Neben dem alljährlichen ECR Infotag, der als Inspirations- und Netzwerk-Treffpunkt bekannt ist, hat sich ECR Austria auch der Aus- und Weiterbildung der nächsten Generation verschrieben. Nähere Informationen finden Sie unter www.ecr-austria.at.

Thomas Zechner, GF Markant
Alfred Schrott, Vorstand Manner
ECR Austria Co-Chairmen
E-Mail: co-chairmen@ecr-austria.at

Teresa Mischek-Moritz
ECR Austria Manager
E-Mail: mischek-moritz@ecr-austria.at

Isabella Rath
ECR Austria Coordinator
E-Mail: rath@ecr-austria.at