

Herausgeber: **NL NERLICH-LESSER**

Nerlich & Lesser KG · Großwolding 10 · 94469 Deggendorf



„Ein

# kleiner Schritt für einen Menschen, ein großer für die Menschheit“

*Die Mondlandung feiert in diesem Jahr ihren 50-jährigen Geburtstag. Sie gilt als die größte Errungenschaft des letzten Jahrhunderts.*

**Mittlerweile hat jedes Smartphone mehr Rechenleistung als die Mondlandefähre.**

*Der Apollo-Computer verfügte über einen Arbeitsspeicher von etwa 4 Kilobyte (!) und schaffte etwa 40.000 Additionen pro Sekunde.*

**Ein Smartphone ist zehntausendmal schneller und Telefon, Kamera, Taschenrechner, Kalender, Spielsalon, Wetterfrosch, Musicbox, Ticket-Center, Bibliothek, Archiv, Navigator und Tor zum Worldwideweb in einem.**

**Mit dem Smartphone hat der Mensch heute die ganze Welt sprichwörtlich „in der Hand“. Was das für das Verhalten des Menschen als Konsumenten bedeutet, beleuchten wir in diesem Trend-Radar. Denn eines ist klar: Passende Angebote für diese „Smart People“ zu machen, ist für Hersteller, Händler und Handwerker eine echte Herausforderung!**

Bild: NASA

## SCHÖNE NEUE WELT

„1234567“, „hallo“ oder „password“ gehörten 2018 zu den beliebtesten Passwörtern in Deutschland. Als Facebook-Gründer Mark Zuckerberg 2016 gehackt wurde, erfuhr man sein Passwort: „Dadada“.

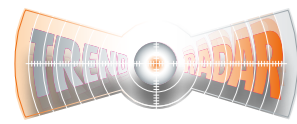
Das ist die WhatsApp-Magie: Ca. 73% der Smartphone-Nutzer öffnen fast alle Nachrichten des beliebtesten Messenger-Dienstes. In der Gruppe der über 55-Jährigen sind es 68%. In Deutschland wird die App jeden Monat mehr als eine Million Mal heruntergeladen. Allein im April 2019 waren es 1,3 Millionen Downloads.

**97% der 1.000** beliebtesten Suchanfragen haben **keinen Markenbezug.**

Sie heißen **Generation Y** oder **Z** (geboren 1980-1993, 1994-2010) und gehen anders mit Medien um. Sie konsumieren Inhalte schneller: unter 5 Sekunden. Und entscheiden fixer, was einen zweiten Blick wert ist: unter 1,7 Sekunden. Sie kommunizieren auch untereinander anders als wir, statt zu schreiben schicken sie sich minutenlange Sprachnachrichten, Emojis, selbsterstellte Memes und lustige, schnellgeschossene Fotos.

20 Jahre lang lautete der Abschusscode der US-Atomwaffen: „00000000“.





### Der Kunde ist König. Heute ist er der smarte König.

Die Zeiten, in denen Markenhersteller nur ihre Alleinstellungsmerkmale bewerben mussten, um Kunden zu gewinnen, sind vorbei. Experten nennen diese Entwicklung „Experience-Zeitalter“. Hier ist nur erfolgreich, wer Kunden Zeitersparnis und zusätzlichen Komfort bietet.

**Unzufrieden? Der nächste Anbieter liegt nur einen Klick entfernt!** Mit einem einzigen Klick können Konsumenten zu einem Kunden werden. Aber genauso schnell auch zu einem Nicht- oder Nie-wieder-Kunden. Schon ein Drittel der Kunden denkt nach nur einem Fall von schlechtem Kundenservice an einen Anbieterwechsel. Erschwerend kommt hinzu, dass es viel mehr Touchpoints gibt, also die Möglichkeiten, mit der Marke in Berührung zu kommen. Konsumenten werden auf verschiedenen Wegen inspiriert – zu jeder Zeit, an jedem Ort. Sie nutzen Suchmaschinen, Bummeln durch Einkaufszentren, sehen einen Werbespot, finden eine Broschüre, erhalten die Empfehlung eines Freundes.

**Die Wahrnehmung einer Marke wird von Kunden beeinflusst, nicht von der Marke selbst.** Wer sich im Internet vorinformiert, nutzt auch Bewertungen und Urteile von Dritten auf Portalen und in Sozialen Medien. Dieses Kundenfeedback ist sehr einflussreich: 94% haben sich schon von einem negativen Kommentar vom Kauf abhalten lassen.

**Weg von Kommunikation hin zu Dialog und Gespräch.** Für eine Marke bzw. einen Anbieter ist es wichtig, dann „da“ zu sein, wenn die Inspiration in einen Kaufimpuls gewandelt wird. Die Chance, aus einem potenziellen Kunden

einen realen Käufer zu machen, wächst mit der Zahl der Kanäle, auf denen man präsent ist. 91% der Konsumenten sind eher geneigt, Marken zu kaufen, die ihre Bedürfnisse erkennen, relevante Angebote unterbreiten und Empfehlungen aussprechen.

Quelle: e-tailment, Digital Commerce Magazin von Der Handel



### Bee the Chance

Gemeinsam mit der Kreativagentur Nord DDB hat McDonald's in Schweden die kleinste Filiale der Welt gebaut – ein Bienenhotel. In Schweden haben viele Filialen schon lange ein Bienenhotel auf ihren Dächern oder Wildblumenwiesen vor der Tür angelegt. Um diese besondere Initiative zu unterstützen und auf das Bienensterben aufmerksam zu machen, hat McDonald's nun ein Bienenhotel gestaltet, das wie eine Miniatur-McDonald's-Filiale aussieht, inklusive des berühmten goldenen M-Logos. Hier gilt: Sowieso Gutes tun und dann darüber reden, das ist völlig in Ordnung!

### Die Grenzen verschwimmen: Der Einzelhandel wird jetzt auch smart.

Früher verkauften Händler ihre Waren entweder im Internet oder im Einzelhandel. Heute gibt es kein „entweder oder“ mehr, sondern ein „sowohl als auch“.

Klassische Internet-Stores eröffnen analoge Läden in den Städten. Der klassische Handel wird digital, am Point of Sale. Und das nicht nur „hinter den Kulissen“, wo schon jetzt an der Kasse mit Karte gezahlt wird oder Warenbestände erfasst werden.

**Einzelhandel lernt von den Vorteilen des Onlinehandels.** Die Zukunft der Digitalisierung sehen Experten vor allem in einer personalisierten Kundenansprache oder vorausschauend, die richtige Ware, zum richtigen Zeitpunkt, am richtigen Ort zur Verfügung zu haben. Mehr nach Science Fiction klingt noch die „dynamische Preisgestaltung“ vor Ort, wie wir sie aus dem Internet von Flugbörsen kennen.

Die digitale Vernetzung macht unser Leben komfortabler und ist aus vielen Bereichen schon nicht mehr weg zu denken – vom Handy bis zum Auto. Das denkt Vaillant auch. Das Unternehmen hat sich jetzt mit mehreren führenden Marken der Haustechnik unter dem Dach Connected Comfort zusammengeschlossen. Zusammen wollen sie Wohnkomfort neu erfinden – mit vernetzter Gebäudetechnik, die Raum- und Gewerkeübergreifend funktioniert.

### Ein Tag im smarten Haus der Zukunft



Wärmepumpenhersteller des Connected Comfort Systems für ein vernetztes Zuhause: [www.connectedcomfort.de](http://www.connectedcomfort.de)

### Alles auf einen Klick!

Online oder per App: Fachinformationen, Dokumente, Kundenunterlagen, Planungstools, Ersatzteil- oder Preislisten. Das nennt Vaillant smarte Unterstützung im Arbeitsalltag!

### Greenwashing

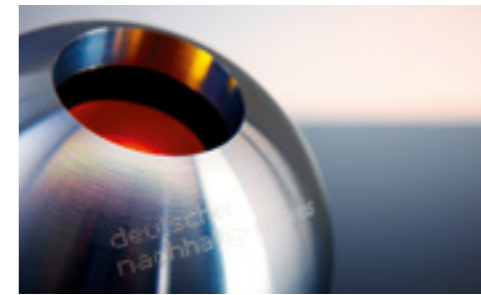
Bedeutet übertragen: „sich ein grünes Mäntelchen umhängen“. So bezeichnet man PR-Methoden, Unternehmen oder Marken in der Öffentlichkeit ein umweltfreundliches und verantwortungsbewusstes Image zu verleihen, ohne dass es dafür eine hinreichende Grundlage gibt.

### Was die SHK-Branche aus dem Bad kennt, nutzt H&M jetzt in seiner Filiale.

Modefirma H&M experimentiert in seiner Flagshipstore in New York mit einem interaktiven Spiegel, der Selfies knipst oder Shopping-Tipps gibt. Das System nutzt Sprach- und Gesichtserkennung, um mit dem Kunden zu interagieren. Das ist High-Tech, denn andere „magische“ Spiegel werden bisher per Touchscreen bedient. Übrigens: Die vorgeschlagenen Outfits entsprechen den aktuellen Traffic-Trends auf der Homepage. Angezeigt wird also das, was gerade im Onlineshop besonders beliebt ist.



„Kaufe keine Coca-Cola, wenn du uns nicht hilfst zu recyceln“. Mit diesem Slogan hat Coca-Cola gerade eine gewagte Recycling-Kampagne gestartet. Auf Plakaten deutet die ikonische, weiße „Schleife“ des Coca-Cola-Logos mit einer Hand auf die nächstgelegenen Recycling-Optionen. Greenwashing oder tolle Aktion? Auf jeden Fall ist Umweltschutz im wahrsten Sinne des Wortes eine nachhaltige Strategie, um Konsumenten und vor allem die junge Zielgruppe für sich zu gewinnen.



Bereits 2maliger Gewinner des deutschen Nachhaltigkeitspreises: Vaillant!

Bild: Pressefoto Deutscher Nachhaltigkeitspreis, Frank Fendler

### Billy verdient eine zweite Chance!

Ikea verfolgt eine eigene Nachhaltigkeitsstrategie, die bis 2030 eigene Klimaziele erreichen will. Das „Zweite-Chance-Programm“ z. B. kauft ab Juli 2019 deutschlandweit gebrauchte Ware zurück. Großes Risiko? Eher nicht! Nur rund 1.000 der beliebtesten Artikel kommen für den Rückkauf in Frage, Kunden bekommen eine Guthabekarte statt Bargeld. Ein guter Schritt in die richtige Richtung oder doch eine PR-Aktion mit wenig Marktrelevanz?



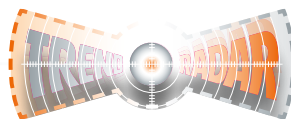
### Vaillant knackt Rekord:

Vaillant Group erzielt 2018 mit Wärmepumpen und Brennwertgeräten einen Rekordumsatz von 2,5 Mrd. Euro. Und es gelang bereits ein zufriedenstellender Start ins Jahr 2019.



### Vaillant fördert Trend: Ladies first

Die Vaillant Group hat im Rahmen der SommerUni 2019 einen Tag lang ihre Türen für Schülerinnen ab der 10. Klasse geöffnet und Einblick in den Arbeitsalltag von Ingenieurinnen ermöglicht. Die Initiative SommerUni der Bergischen Universität Wuppertal richtet sich speziell an junge Frauen, die sich für ein Studium in den MINT-Fächern, Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft oder Technik, interessieren.



### Fachhandwerker werden digital, nutzen aber Apps wenig.

Ein Viertel der Handwerksbetriebe in Deutschland hat im letzten Jahr verschiedene Maßnahmen zur Digitalisierung umgesetzt. Das sind 250.000 Handwerksfirmen, die u.a. Arbeitsabläufe digitalisiert und computergesteuerte Werkzeugmaschinen angeschafft haben oder über Social Media mit ihren Kunden kommunizieren. Doch obwohl 9 von 10 SHK-Handwerkern in ganz Europa ein Smartphone nutzen, verwenden gerade mal 55% der deutschen SHK-Spezialisten mobile Apps für die Arbeit. Knapp die Hälfte ignorieren eine der Kernfähigkeiten von Smartphones oder Tablets. Ausnahmen sind Hersteller-Apps, wie von Vaillant, Grundfos oder Grohe. Quelle: Zentralverband des Deutschen Handwerks, USP Marketing Consultancy-Gruppe

Laut einer Umfrage empfinden Nutzer die Sprache der Sprachassistenten als angenehm, sachlich und klar verständlich. Bei den Eigenschaften „emotional“ und „beruhigend“ hat Alexa klar die Schaltkreise vorn. Übrigens auch bei „sexy“!

**Ein japanischer Hersteller von smarten Toiletten hatte 2013 eine Sicherheitslücke. Hacker konnten plötzlich „spülen, den Deckel zumachen oder das Bidet aktivieren“.**

### SCHÖNE NEUE WELT

Kindersendung wird interaktiv: Der Kinderkanal (KIKa) startet eine neue Staffel seines Wissensmagazins „Erde an Zukunft“. Ab 23.07. gibt es jeden letzten Sonntag im Monat eine interaktive Live-Sendung. Im Fokus stehen Klimaschutz, Artenerhalt und nachhaltiges Wachstum. Moderator Felix testet skurrile Erfindungen wie virtuelle Freizeitparks, Paketversand per Rohrpost, digitale Düfte oder Möbel aus Popcorn. Übrigens: Für Wissen ist man nie zu jung. Aber auch nie zu alt! Bild: KIKa



## IMMER GANZ IN IHRER NÄHE:

**Nerlich & Lesser** · Zentrale + Ausstellung  
Großwalding 10 · 94469 Deggendorf  
Telefon: 0991 - 27 01 - 0  
Telefax: 0991 - 27 01 - 200  
deggendorf@nerlich-lesser.de

**Nerlich & Lesser** · Ausstellung + Abhollager  
Ludwig - Frischhut - Str. 5 · 84347 Pfarrkirchen  
Telefon: 08561 - 96 26 - 0  
Telefax: 08561 - 96 26 - 99  
pfarrkirchen@nerlich-lesser.de

**Nerlich & Lesser** · Ausstellung + Abhollager  
Vilsecker Str. 4 · 93057 Regensburg  
Telefon: 0941 - 30 76 75 - 0  
Telefax: 0941 - 30 76 75 - 79  
regensburg@nerlich-lesser.de

**Nerlich & Lesser** · Abhollager  
Industriestraße 11 · 92421 Schwandorf  
Telefon: 09431 - 51 37 - 1  
Telefax: 09431 - 51 37 - 4  
schwandorf@nerlich-lesser.de

**Nerlich & Lesser** · Ausstellung + Abhollager  
Sandweg 1 · 02979 Seidewinkel  
Telefon: 03571 - 48 48 - 0  
Telefax: 03571 - 48 48 - 17  
seidewinkel@nerlich-lesser.de

**Nerlich & Lesser** · Ausstellung + Abhollager  
Aueweg 1 · 04860 Torgau  
Telefon: 03421 - 72 93 - 0  
Telefax: 03421 - 72 93 - 40  
torgau@nerlich-lesser.de

**Nerlich & Lesser** · Ausstellung + Abhollager  
Am Gleis 17 · 03042 Cottbus  
Telefon: 0355 - 72 99 10 - 0  
Telefax: 0355 - 72 99 10 - 9  
cottbus@nerlich-lesser.de

**Nerlich & Lesser** · Verkaufsbüro  
Colditzstraße 31 · 12099 Berlin  
Telefon: 030 - 7 01 73 98 - 0  
Telefax: 030 - 7 01 73 98 - 398  
berlin@nerlich-lesser.de

**Nerlich & Lesser** · Verkaufsbüro und  
Ausstellung (Fliese)  
Königsbrücker Str. 96 · 01099 Dresden  
Telefon: 0351-896738-0  
dresden@nerlich-lesser.de