



14. März 2023, St. Gallen

# Research Workshop «Handel in der Transformation: Erfolgreiche Vorbereitung auf Umsatzrückgänge»

Angefragte Referenten: Dominic Millioud (Ex CEO, eat.ch),  
Jörn Werner (Ex CEO, Conrad und ATU, sowie erfolgreicher Turnaround Manager)  
Akademische Referenten: Prof. Dr. Thomas Rudolph (Universität St.Gallen)

Makroökonomische Rahmenbedingungen verursachen strukturelle Veränderungen im Kaufverhalten von Konsument:innen. In Rezessionsphasen reduzieren Haushalte nicht zwangsläufig ihr Kaufvolumen, sondern vielmehr finden erhebliche Veränderungen ihrer Allokationsentscheidungen statt. Konsument:innen kaufen also nicht notwendigerweise weniger, sondern tendenziell anders ein. Für Händler ist es wichtig, zu verstehen, wie krisenbedingte Verhaltensänderungen von Konsument:innen mit Managemententscheidungen auf Händlerseite interagieren. Die Forschung zeigt hier deutlich, dass Händler und Hersteller Krisen besser bewältigen, wenn sie angemessene Anpassungen im Marketing-Mix vornehmen. Interessanterweise sind es oft kontraintuitive Managemententscheidungen, die den Erfolg in der Krise treiben. Beispielsweise sollten, abhängig vom Händlertyp, Wachstumsinvestitionen erfolgen. Durch einen holistischen Blick auf Performancegrößen können Händler in Krisenzeiten kompetitive Vorteile erreichen.

In diesem Workshop präsentieren wir strategische und operative Ansätze für das Handelsmarketing in der Krise. Basierend auf aktuellen Forschungsergebnissen illustrieren wir, wie konjunkturzyklusabhängige Anpassungen des Marketing-Mix die Performance von Händlern langfristig beeinflussen. Basierend darauf erfahren die Teilnehmer:innen wie prozessfähige Konzepte für das Handelsmarketing in der Krise kundenorientiert gesteuert werden können. Der Workshop wird ergänzt um Best Practice Beispiele von Handelsunternehmen, die Bedürfnisse von Kund:innen in Krisen erfolgreich adressieren und gleichzeitig erfolgreich Kundeninspirationspotentiale über diverse Kanäle treiben. Im Fokus des Workshops steht eine überdurchschnittliche Händler-Performance innerhalb/nach der Rezessionsphase:

1. Wo liegen Einflussbereich und Chancen von Handelsmanager:innen in Krisenzeiten?
2. Prinzipien konjunkturabhängiger Marketing-Effektivität, insbesondere Anpassung/Timing des Marketing-Mix
3. Management von krisenbedingtem Konsumverhalten, kundenorientiert entlang der Customer Journey

Der Workshop richtet sich an Manager:innen mit einem Fokus auf Geschäftsentwicklung und/oder Budgetverantwortung, sowie grundsätzlich an Marketingverantwortliche aus dem Handels- und Dienstleistungssektor.

## Datum

Dienstag, 14. März 2023, 8:30 – 16:30 Uhr

## Sprache

Dieser Research Workshop wird auf Deutsch gehalten.

## Veranstaltungsort

Weiterbildungszentrum Holzweid Universität St.Gallen, Holzstrasse 15b, 9010 St.Gallen, Switzerland, Phone: +41 71 224 20 12, E-Mail: [wzhsg@unisg.ch](mailto:wzhsg@unisg.ch), [www.wbz.unisg.ch](http://www.wbz.unisg.ch)

## Anmeldung

Die Anmeldung ist ab sofort möglich per Mail an [handelsmanagement@unisg.ch](mailto:handelsmanagement@unisg.ch).

*Änderungen vorbehalten. Die Teilnehmer:innen erhalten die Unterlagen unmittelbar vor dem Workshop.*