

Am Puls der Zeit: e-Commerce Day by Kaufland 2024

Am Freitag, 26. April 2024, war es wieder so weit: Im RheinEnergieSTADION in Köln trafen sich über 2.000 Besucher, Aussteller, Partner und Referenten aus allen Bereichen der E-Commerce-Branche beim alljährlichen e-Commerce Day von Kaufland. Mehr als 30 Vorträge von nationalen und internationalen Speakern auf drei Stages, rund 100 Aussteller auf 4.000 m² Ausstellerfläche, 12 Masterclasses, Panel-Diskussionen sowie inspirierende Talkrunden mit prominenten Größen erwarteten die Teilnehmer. Die Themenbereiche reichten von Zukunftstrends wie KI, Future of Retail & Tracking, personalisierten Käuferlebnissen, Loyalty Trends, Referral Marketing bis hin zum Cross-Border-E-Commerce mit Schwerpunkt internationales Multi-Marktplatz-Management. Für Fachleute, Unternehmen und E-Commerce-Enthusiasten bot der e-Commerce Day einmal mehr eine herausragende Plattform, um sich über die neuesten Trends, Innovationen und Entwicklungen der Branche auszutauschen.

Kaufland-Marktplätze wachsen stärker als der Markt

Der Auftakt zur großen Veranstaltung erfolgte bereits am Abend zuvor. Beim Beach-BBQ im Kölner Playa Beachclub kamen über 400 Gäste zusammen, um sich gemeinsam auf den e-Commerce Day einzustimmen, zu netzwerken und sich mit (Branchen-)Kollegen auszutauschen.

Am Morgen danach eröffnete Dr. Gerald Schönbacher, Vorstand von Kaufland e-commerce, mit seiner Begrüßungskeynote die 12. Ausgabe der renommierten Veranstaltung und teilte spannende Updates zur All-in-one-Lösung Kaufland Global Marketplace sowie der Entwicklung der Kaufland-Marktplätze.

Im Gegensatz zum deutschen E-Commerce-Markt, der im vergangenen Jahr einen Umsatzrückgang von 11 Prozent * verzeichnete, konnte der deutsche Kaufland-Marktplatz positiv wachsen. Auch die im Jahr 2023 eröffneten Kaufland-Marktplätze in Tschechien und der Slowakei zeigen bemerkenswerte Erfolge. Innerhalb nur eines Jahres haben sich beide Marktplätze zur zweitstärksten Plattform** im jeweiligen Land entwickelt. Kaufland.sk zählt 4.200 nationale und internationale Händler mit einem Sortiment von 6,5 Millionen Produkten. Auf Kaufland.cz sind 4.700 Händler dabei, die rund 5,9 Millionen Produkte anbieten. Einen beträchtlichen Beitrag zum kräftigen Wachstum leistete die unternehmenseigene Kaufland Card, eines der weltweit reichweitenstärksten Vorteilsprogramme mit über 16 Mio. Kunden allein in den Kaufland Marktplatz-Ländern.

Verschmelzung von stationärem Geschäft und Online-Handel

In seinem Ausblick beleuchtete Schönbacher die zukünftigen Meilensteine des Unternehmens, darunter die Eröffnung weiterer Kaufland-Marktplätze im Spätsommer in Polen und Österreich. Die Erwartungen in beiden Ländern sind hoch und bislang haben sich bereits 1.800 Händler für den Verkauf auf dem polnischen und österreichischen Marktplatz angemeldet. In Polen profitieren Händler von dem großen Filialnetzwerk und der enormen Bekanntheit von Kaufland. In Österreich bieten sich zusätzliche Vorteile durch geringe Grenzkosten sowie die lokale Sprache und die geografische Nähe zu Deutschland.

Er betonte zudem, dass die Unternehmensstrategie eine stärkere Verschmelzung von stationärem Handel und Online-Marktplatz anstrebt, um Kunden ein nahtloses und noch komfortableres Omnichannel-Shoppingerlebnis zu bieten. Dabei dient die Kaufland App als Bindeglied, indem sie über eine Anwendung alle Verkaufskanäle miteinander verbindet. Eine treue und wachstumsstarke Kundenbasis ist auf jeden Fall schon vorhanden.

Speaker-Insights: KI, internationaler Verkauf und seltene Einblicke in den Profifußball und das Musikbusiness

Im weiteren Verlauf der Veranstaltung sorgten zahlreiche namhafte Branchenexperten mit ihren Keynotes, Best Practices sowie in Podiumsdiskussionen für Begeisterung bei den mehr als 2.000 Teilnehmern.

Live on Stage waren dieses Mal unter anderem **Julia Wolczek** und **Carolin Degenhardt** (Google), **Claudia Studtmann** (Meta), **Heidi Kneller-Gronen** und **Andreas Müller** (BVOH), **Martin Groß-Albenhausen** (BEVH), **Mary-Jo Slipek** und **Jonas Nadenau** (LEGO), **Payam Rahbari** sowie **Daniel Bleichroth** (Plentysystems AG). In ihren Vorträgen boten die Speaker mitunter faszinierende Einblicke in die Chancen und Herausforderungen der künstlichen Intelligenz für Unternehmen. Das Thema wurde mit vielen eindrucksvollen Praxisbeispielen umfassend beleuchtet, und wie die Google-Expertinnen in ihrer Keynote klar darlegten: AI is the next big shift!

Auch beim Talk mit **Smudo**, einer echten Legende des deutschen Musikgeschäfts und einem der Mitbegründer der Band „Die Fantastischen Vier“ erfuhren die Besucher, dass künstliche Intelligenz ebenso die Musikbranche beeinflusst, jedoch noch nicht alle kreativen Prozesse ersetzen kann.

Im Experten-Panel zum Thema „Grow international“ referierten **Dr. Gerald Schönbacher**, **Michal Lagunionek** (CEO Kaufland Polen), **Petra Kalužíková** (Head of Marketing/Geschäftsführerin bei Kaufland Tschechien), **Natalia Schmidt** (Sales Managerin bei Euroelectronics Polen) und **Stephan Grad** (Geschäftsführer Exciting Tech, Österreich) darüber, wie es derzeit um die E-Commerce-Märkte in Tschechien, Polen und Österreich steht und warum sich eine Expansion in diese Länder mit Kaufland besonders lohnt. In Tschechien und Polen zählt Kaufland zu den führenden Lebensmitteleinzelhändlern und auch in Österreich genießt die Marke eine hohe und positive Bekanntheit. Die Kunden in den jeweiligen Ländern assoziieren die Marke Kaufland mit einer großen Auswahl, hoher Qualität und vor allem mit einem guten Preis-Leistungsverhältnis.

Natalia Schmidt betonte, dass diese Markenstärke besonders in den neuen Märkten Polen und Österreich den Markteintritt erleichtern, die Sichtbarkeit gerade zu Beginn beschleunigen und langfristig dabei unterstützen wird, wettbewerbsfähig- und führend zu sein. In Tschechien hat sich diese Strategie bereits bewährt: Kaufland.cz verzeichnet bereits mehr als doppelt so viele Händler und Artikel als die direkten Wettbewerber im tschechischen E-Commerce-Markt.

Ein Highlight des diesjährigen e-Commerce Day war die ausgedehnte Talkrunde mit VIP-Speaker **Matthias Sammer** (Berater bei Borussia Dortmund & Deutscher Fußballfunktionär). Nach der Mittagspause teilte Sammer seine persönlichen Erlebnisse mit hierarchischem Führungsstil und zog spannende Vergleiche zwischen dem Leistungssport und der Unternehmensführung. Dabei gewährte er exklusive Einblicke hinter die Kulissen des Fußballs, was bei dem interaktionsfreudigen Publikum besonders gut ankam.

Ohne persönlichen Austausch geht es nicht

Der 12. e-Commerce Day war geprägt vom intensiven Wissensaustausch: Die Veranstaltung deckte ein breites Spektrum an Formaten und Themen aus allen Bereichen des E-Commerce ab und verzeichnete wieder eine hohe Besucherzahl, was den Teilnehmern zahlreiche Networking-Möglichkeiten eröffnete. Neben inspirierenden Gesprächen bot der e-Commerce Day auch Raum, um über zukünftige Projekte und Partnerschaften zu sprechen und bestehende zu vertiefen – unter anderem auf der abschließenden After-Show-Party, bei der der international bekannte DJ und Produzent David Puentez auflegte.

Einmal mehr hat der e-Commerce Day gezeigt, dass der persönliche Austausch innerhalb der Branche essenziell ist, um bevorstehenden Entwicklungen effektiv zu begegnen.

Ein ausführliches [Recap](#) sowie der [Vortragsplan](#) mit allen Referenten können auf der [e-Commerce Day-Webseite](#) eingesehen werden.

Hinweis: Verwendung von Bild- und Textmaterial

Das Veranstaltungslogo sowie weiteres Bildmaterial stehen unter <https://www.ecommerceday.de/presse/> zum Download bereit. Das zur Verfügung gestellte Bild- und Textmaterial darf ausschließlich für redaktionelle Zwecke verwendet werden. Bei der Verwendung des Bildmaterials ist im Fotonachweis ©Kaufland zu nennen.

* Daten beziehen sich jeweils auf das Kalenderjahr | *BEVH-Zahlen |

** nach SEO Sichtbarkeitsindex Sistrix