

Horizont 2020

Die Zukunft...

Eilt sehr!

Was erwartet uns in den nächsten Jahren ?

Wie werden wir leben, lernen und arbeiten ?

Welche Techniken werden das Leben erleichtern ?

Was werden wir uns noch leisten können ?

Heute ein Beitrag von Mathias Irle und Dominik Gigler zum Thema:

„Einkaufen, Shopping-Welten, die heute als zukunftsweisend gelten“.

Eine Version des Shoppings der Zukunft hat die Form eines überdimensionierten, mit riesigen Nieten beschlagenen Kolosses. Entworfen wurde er von Designern, Künstlern und Star-Architekten wie die der Londoner Agentur Future Systems, und nun liegt er da, seit September 2003, im Zentrum von Birmingham, mit Läden von 147 Unternehmen und 3100 Parkplätzen, bereit, die Kunden von morgen zu versorgen.

Den Verspannten und Gestressten hilft die Health and Wellbeing Arena mit Massagen, Maniküren und traditioneller Medizin. Die Technology Hall, in der in grünem Licht und vor schwarzen Wänden Plasmabildschirme flackern, präsentiert neueste technische Entwicklungen. Außerdem werden den Besuchern Kunstausstellungen und während so genannter Themenmonate kulturelle Veranstaltungen angeboten.

... Dort, wo die individuell designten Verkaufsflächen von Marken wie Hugo Boss oder GAP auf vier Etagen ineinander übergehen, wo teilweise Rohre offen liegen, Deckenelemente bewusst unverputzt blieben...

... Und zur Musik von Samba-Bands tanzen fremde Menschen miteinander - im Shoppingcenter! ...

... in abgesperrten Teilbereichen stehen Kinosessel für mehr als 60 Besucher...

... „Shopping ist gewissermaßen ein eigener Seinszustand, für den Produkte,

Dienstleistungen und Verkäufer nur noch ein Medium darstellen, um ein bestimmtes inneres Erleben in extra dafür geschaffenen Räumen zu ermöglichen“ ...



... "Eine Umgebung, in der man einkaufen, essen oder einfach nur sein kann", ...

... in der Zukunft soll es mehr als nur einen Grund geben, ins Kaufhaus zu fahren....

... Im Schnitt kommen jede Woche 820.000. Ganz klar: Das Einkaufszentrum lockt die Menschen....

... Doch ist Birmingham, wohin gerade die Massen strömen, die einzige Zukunft des Konsums ?

Ein Supermarkt für Senioren,

mit rutschfestem Fußboden,

Wasserspender und Leihbrillen.



... Im 10. Wiener Bezirk wirkt an diesem Vormittag der Adeg Aktiv Markt 50+, gelegen an der Laaer Berg Straße, Ecke Urselbrunnengasse und angesiedelt im Erdgeschoss eines mehrstöckigen sandsteinfarbenen Gebäudekomplexes, ...

... Doch seit dem Umbau des ehemals klassischen Adeg Supermarktes zu einem altengerechten Adeg Aktiv Markt 50+ haben unter anderem Journalisten aus den USA, Japan, Frankreich, Australien und China über die Filiale berichtet. Es liefen 15-minütige Reportagen zur besten Sendezeit in den wichtigsten Fernsehsendern Österreichs, Manager multinationaler Konzerne wie Coca-Cola oder Heineken kamen in die Laaer Berg Straße, um über Kooperationen und spezielle Produktentwicklungen zu reden.

...Den Unterschied macht die konsequente Orientierung an einer bestimmten Zielgruppe: Menschen, die älter als 50 sind. Für sie gibt es breitere Gänge und niedrigere Regale mit daran angeketteten Lupen. Ein Wasserspender und ein Blutdruckmesser mit integrierter Waage stehen bereit, die Preisschilder sind doppelt so groß beschrieben, die Beleuchtung ist heller, die Parkplätze sind breiter, die Böden rutschfest, und es ist möglich, Brillen verschiedener Stärken beim Personal zu leihen. Außerdem verstehen die Mitarbeiter die Bedürfnisse ihrer Kunden, so wie die Filialleiterin Brigitte Ibl - sie ist 55...



...Die erste Filiale dieser Art wurde im April 2003 in der Nähe von Salzburg eröffnet, zunächst, wie der Adeg-Regionalmanager Horst Hanzal gesteht, als "eine Art Gag". Man hatte sich Gedanken gemacht, wie Adeg gegen große Ketten wie Aldi oder Lidl bestehen könnte und eine Agentur mit einer Umfrage unter Adeg-Kunden beauftragt. Einige, vor allem ältere, gaben an, die Läden seien zu verbaut, andere fanden die Preisangaben zu klein. Als die Adeg-Manager die Ergebnisse diskutierten, schlug einer vor, einen Supermarkt für Senioren zu eröffnen. Zunächst war das ein Lacher, dann wurde daraus ein ernsthafter Gedanke. Inzwischen ist es ein Konzept...



... Es waren auch Jahre der Angst, mit einer Idee zu scheitern. Die Konkurrenz begleitete das Experiment mit lautem Spott und Hohn. Mittlerweile ist sie verstummt. Die Kunden standen Schlange bei der Eröffnung der Filialen.

Die Umsätze in Salzburg haben sich nach einer euphorischen Phase auf dem alten Niveau stabilisiert, in Wien stiegen sie um 15 Prozent. Vor allem das öffentliche Interesse am 50+-Konzept war gewaltig; der Image-Gewinn für Adeg enorm. Hat Adeg eine Einkaufswelt von morgen erfunden? Findet man in Wien mehr Zukunft als in Birmingham? Sind an Regalen baumelnde Lupen gar nicht innovativ? Ist das Adeg-Modell nur ein spezifisches, kurzweiliges Phänomen? ...

... So wird es in Zukunft beim Einkauf jenseits der Schnäppchenjagd vor allem um die Frage gehen, was für bestimmte Menschen in besonderen Situationen einen besonderen Wert besitzt oder ein besonderes Erlebnis bedeutet...

... Marion Hülsmann, ehemalige Unternehmensberaterin und heute Filialleiterin in der Düsseldorfer Zentrale von Manufactum, sieht ihre Kunden als stumme Revolutionäre: "Sie wollen stimmige Produkte als Gegentrend zur Billig- und Wegwerfgesellschaft und Dinge, die sehr lange halten. Sachen, auf die es ankommt, kaufen die Menschen bei uns. "Konsum als Sehnsuchts-Handlung...

...Die Frage ist also auch: Welcher Mehrwert hält wie lange vor? Und damit natürlich: Welcher Mehrwert ist aus Sicht des Unternehmers eine gute Investition?

Es gibt viele Möglichkeiten, Menschen zu seinen Kunden zu machen: Man kann das Einkaufen besonders bequem machen; man kann es, etwa durch die Verbindung mit besonderer Architektur und moderner Technik zu einem Erlebnis werden lassen; oder man kann es als eine Begegnung mit hochwertigen Produkten und Markenpersönlichkeiten inszenieren. Eines muss man aber in jedem Fall: seinen Kunden kennen. Auf seine Bedürfnisse eingehen. Ihm helfen, eine Entscheidung zu treffen. Und ihn ernst nehmen. Das wird sich nicht ändern...





interlink immobilien gmbH
Lennershofstraße 162
44801 Bochum

Geschäftsführer:
Dipl.-Bw. Michael Drepper

Telefon: 02 34 / 32 47 90
Telefax: 02 34 / 32 479-129

e-mail: info@interlink-immobilien.de
Internet: www.interlink-immobilien.de