

Trends in der Gestaltung von Verkaufsflächen

Dr. Marcel Dietrich, CEO Magazine zum Globus

Zürich, 10. Mai 2012



Geschichte

Theorie

Praxis

Retailformen im historischen Ueberblick

Märkte – Handwerkstätte – Fachgeschäft –
Warenhaus – Einkaufszentrum – Supermarkt –
Fachmarkt – Vertikaler Retailer – Ecommerce

Die Entwicklung in Zukunft

- Pure Online-Retailer 
- Multichannel-Retailer 
- Pure Offline-Retailer 

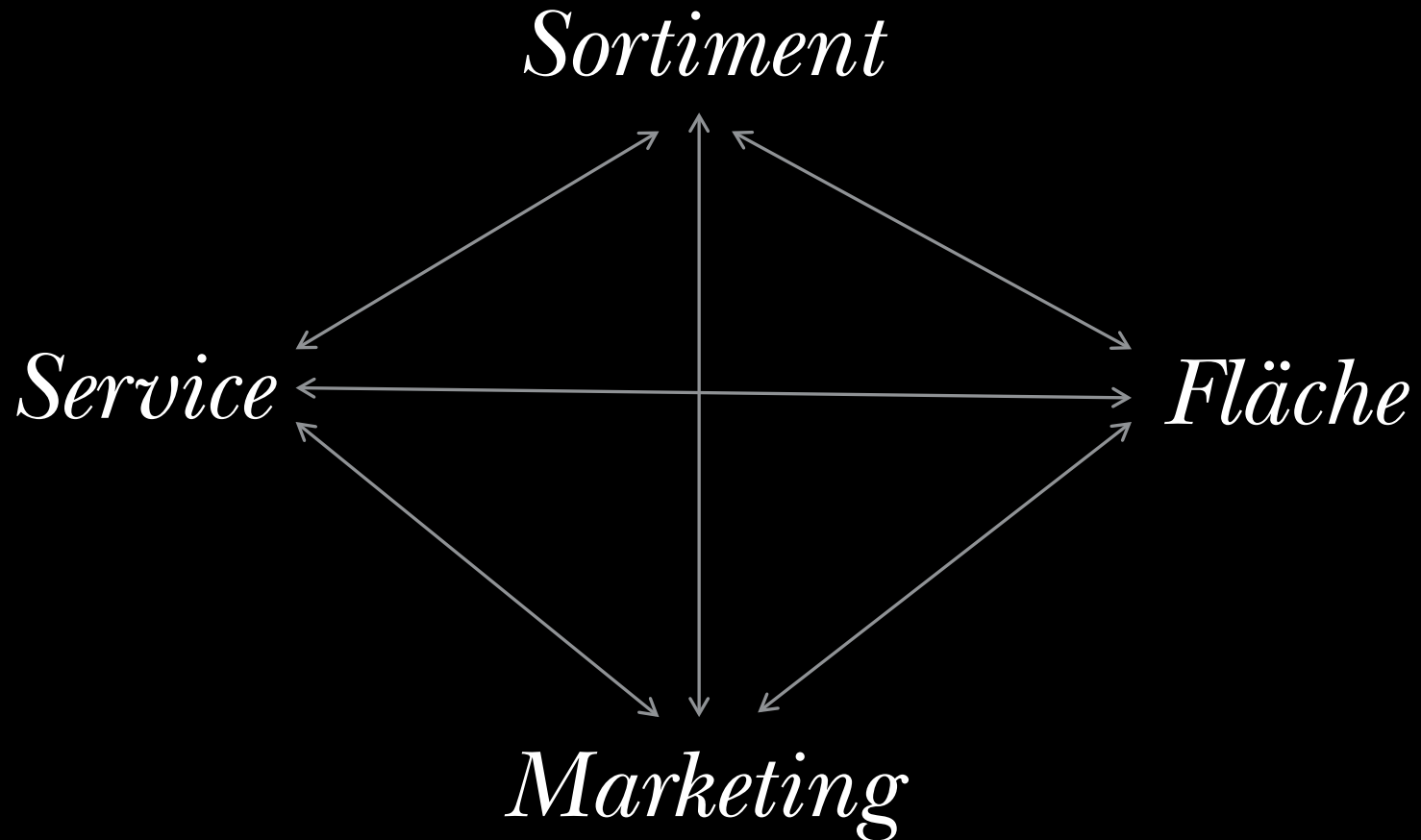
„Offline-Welt“

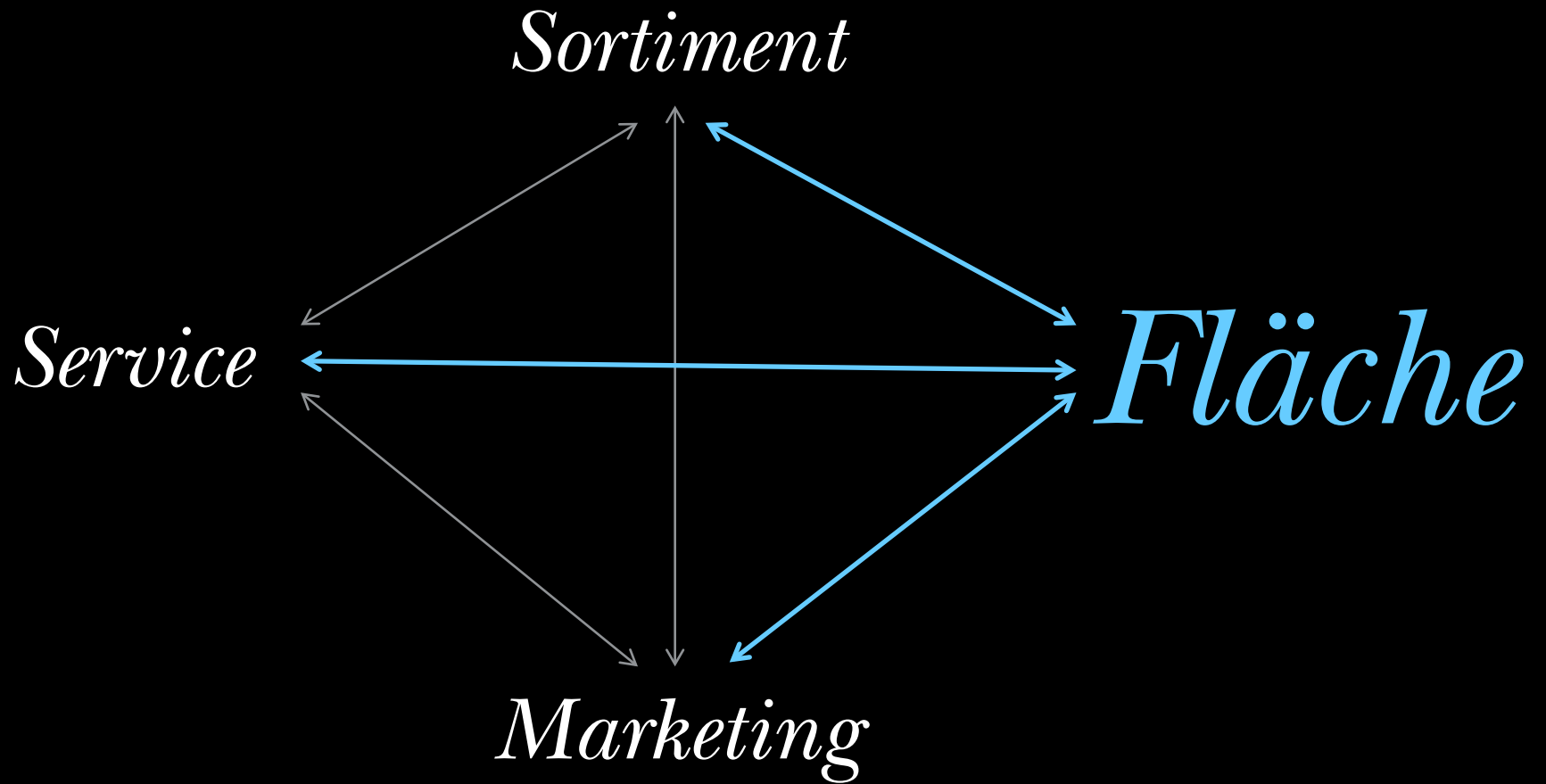


Menschen und Ware



Wichtige Gestaltungsparameter





*Drei
Haupt-
tendenzen*



emotionaler

professioneller

systematischer

Der Mensch als
vernünftiges Wesen,
gesteuert von
Emotionen

emotionaler

Wettbewerbsdruck /
Forschung führen zu
Neuerungen und Pro-
fessionalisierung.

professioneller

Rentabilitätsanfor-
derungen führen zu
„Systematisierungen“

systematischer

Das Beispiel Abercrombie&Fitch



Abercrombie & Fitch

TRADEMARK SINCE 1892

GRAPHIC TEES

FROM THE A&F PRIVILEGED ATHLETIC COLLECTION



Abercrombie & Fitch





Abercrombie & Fitch

Emotion Professionalität System



Die einzelnen Trends



Trend-Uebersicht

emotionaler

- *Design*
- *Authentizität*
- *Erlebnis*
- *Vielfalt*

professioneller

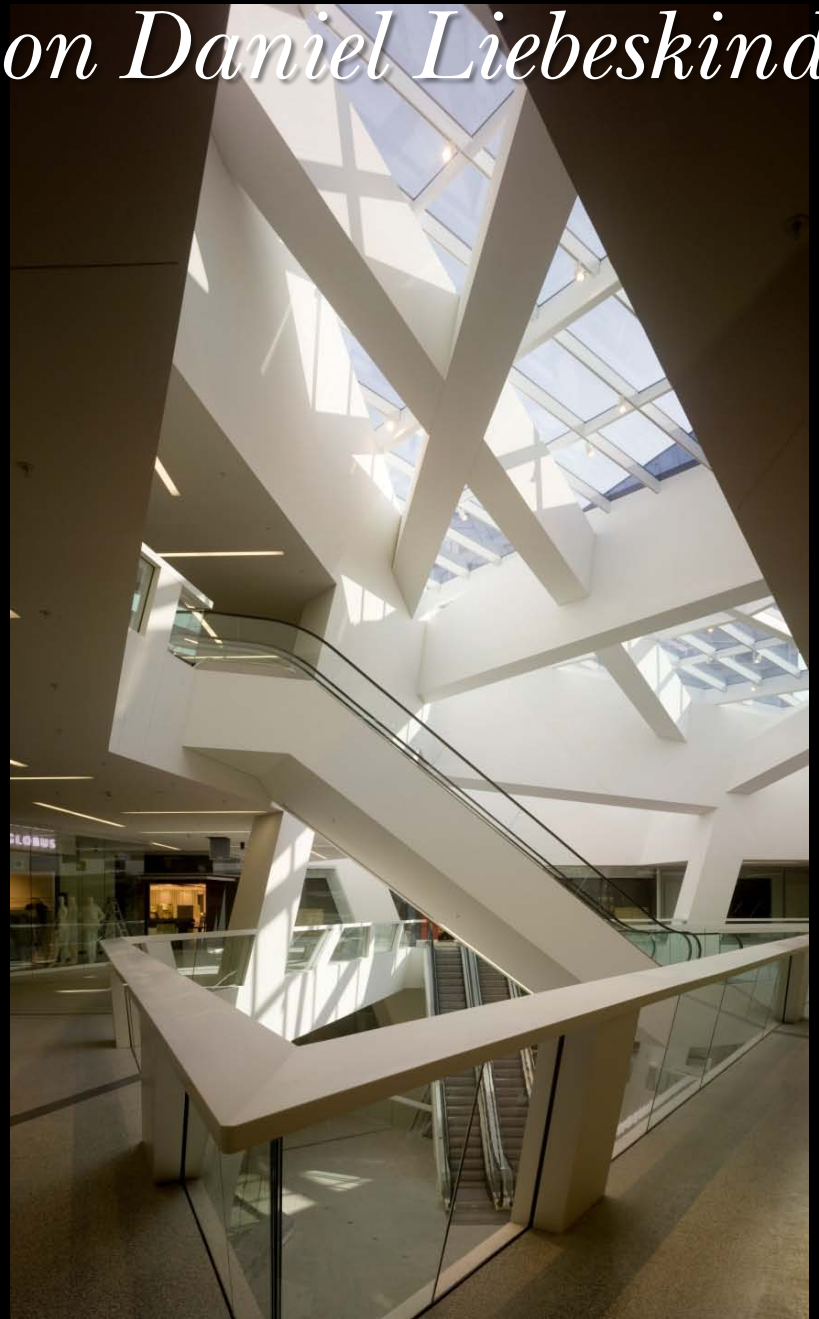
- *Branding*
- *Gross-Klein*
- *Komfort*
- *Sophistication*
- *Technologie*

systematischer

- *Multiplizierbarkeit*

Beispiel Design

Westside-Center/Bern von Daniel Liebeskind



Beispiel Branding

Globus, a branded house





*Beispiel Technologie oder
...so könnte shoppen morgen aussehen
(aus: Harvard Business Manager, März 2012, Seite 30/31)*

Der klassische Einzelhandel verändert sich. In naher Zukunft könnte Amys Shoppingtour im Kaufhaus Danella so aussehen. Die meisten der Technologien werden heute schon eingesetzt.



Genau die richtige Jahreszeit, um in die Sonne zu fliegen. Wir haben Ihre Auswahl schon rausgesucht und noch ein paar Sachen, die gut passen könnten.



Folgen Sie mir bitte zu Ihrer Kabine.



Also, Gefällt dir das Kleid? – Nein? – Warum nicht?

Ich habe Freundinnen ein Video von dem Kleid geschickt: drei Nein-Stimmen. Die Schuhe sind toll. Aber online hab' ich sie gerade 30 \$ billiger gesehen.



Den Preis halten wir. Und ich habe hier noch etwas passenden Schmuck für Sie.



Die Kette ist toll, aber die Ohrringe sind zu lang.

Ich kann sie vom Juwelier kürzen lassen, und wir schicken sie Ihnen nach Hause.

Perfekt.



Ich hab' auf dem Weg einen Coupon bekommen.

Prima. Den Rabatt sehen Sie dann auf der Quittung.

So stelle ich mir Einkaufen vor.



Amy, wie wär's mit diesem Angebot?

Versickt. Lieferung morgen.





Die Insights

GLOBUS

Die Insights

- Es wird emotionaler, professioneller, systematischer.
- Gute Verkaufsflächen widerspiegeln den Zeitgeist, gestalten ihn und/oder nehmen ihn sogar vorweg.
- Gute Verkaufsgeschäfte haben eine “Seele”.



Sonderlano