

Thema: Shoppen wie im Internet – Die Zukunft des Einzelhandels ist digital

Beitrag: 1:47 Minuten

Anmoderationsvorschlag: Das Internet bietet ja nun wirklich unendliche Möglichkeiten – vor allem was das Shoppen angeht. Man kann sich zum Beispiel seine Küche mit einigen Klicks zusammenstellen oder schauen, wie das neue Sofa im derzeitigen Wohnzimmer wirkt und auch beim Bezahlen hat man die Qual der Wahl. Das geht alles im Laden in der Innenstadt nur begrenzt oder gar nicht – zumindest noch nicht, denn auf der Trendmesse „Ambiente“ wird gezeigt, wie man die Möglichkeiten des Internets in jedes Geschäft bringen kann. Die Messe hat vom 9. bis zum 13. Februar – allerdings nur für Fachpublikum – in Frankfurt am Main geöffnet. Helke Michael sagt uns deswegen, wie man den Onlineshop in den Laden kriegt.

Sprecherin: Lange Wartezeiten, irgendwie ist alles austauschbar und manchmal ist man als Kunde besser über ein Produkt informiert als die Angestellten – das sind die größten Probleme vieler Läden in unseren Innenstädten, die aber auch Vorteile gegenüber dem bequemen Onlineshopping haben.

O-Ton 1 (Wolfgang Gruschwitz, 10 Sek.): „Die Intimität und das persönliche und vertraute Gespräch. Und dieses multisensorische Erleben, dieses Riechen, Tasten, Greifen, Fühlen und etwas selber Ausprobieren, dem kommt natürlich eine zentrale Bedeutung zu.“

Sprecherin: Erklärt Verkaufsexperte Wolfgang Gruschwitz. Der Laden der Zukunft ist so digital wie nötig und so analog wie möglich. Kopfkinos soll erzeugt werden – man soll sich im Ladengeschäft einfach wohlfühlen. Und schon im Eingangsbereich muss eine Sogwirkung entstehen.

O-Ton 2 (Wolfgang Gruschwitz, 27 Sek.): „Somit ist es auch wichtig, dass dort es riecht und dass es dementsprechend auch frisch ist und dass ich die Leute durch Farben oder durch Musik reinziehe. Natürlich kann ich dann auch noch die Produkte erlebbar machen durch Virtual Reality. Dann dieses verlängerte Ladenregal, von dem wir immer reden. Die Produkte müssen greifbar sein, aber sie müssen nicht unbedingt mitgenommen werden können. Und dann gibt's natürlich diese Bewertungen, die wären natürlich auch wichtig, dass die erscheinen im stationären Handel.“

Sprecherin: Denn die nutzt man ja auch im Internet. Und auch beim Bezahlen wird der Laden der Zukunft digital. Experte Wolfgang Gruschwitz geht sogar davon aus, dass man künftig gar nicht mehr bezahlt.

O-Ton 3 (Wolfgang Gruschwitz, 26 Sek.): „Du gehst irgendwo rein und alles, was du mitgenommen hast, das wird dann einfach abgebucht, sobald du den Laden verlässt. Das ist natürlich Zukunftsmusik, aber es wird bald soweit sein. Bald heißt in vielleicht 5, 10 Jahren. Je mehr Karten und mobiles Zahlen IN wird, wird die Kasse dann verschwinden und als dominantes Möbelstück ins Museum wandern. Aber der Trend geht ganz klar dahin, dass die Leute so wenig wie möglich an den Bezahlvorgang erinnert werden, sondern, dass das nur noch digital irgendwo abgefangen wird.“

Abmoderationsvorschlag: Auf der Messe Frankfurt kann man sich vom 9. bis 13. Februar den Laden der Zukunft, also den Future-Store in Halle 4.1 anschauen. Die Messe „Ambiente“ ist allerdings eine Fachmesse. Nicht-Fachpublikum kann aber alles im Internet verfolgen unter ambiente-blog.com oder Sie gehen auf die Website des Verkaufsexperten Wolfgang Gruschwitz unter www.gruschwitz.de.

Thema: Shoppen wie im Internet – Die Zukunft des Einzelhandels ist digital

Interview: 3:40 Minuten

Anmoderationsvorschlag: Das Internet bietet ja nun wirklich unendliche Möglichkeiten – vor allem was das Shoppen angeht. Man kann sich zum Beispiel seine Küche mit einigen Klicks zusammenstellen oder schauen, wie das neue Sofa im derzeitigen Wohnzimmer wirkt und auch beim Bezahlen hat man die Qual der Wahl. Das geht alles im Laden in der Innenstadt nur begrenzt oder gar nicht – zumindest noch nicht, denn auf der Trendmesse „Ambiente“ wird gezeigt, wie man die Möglichkeiten des Internets in jedes Geschäft bringen kann. Die Messe hat vom 9. bis zum 13. Februar – allerdings nur für Fachpublikum – in Frankfurt am Main geöffnet. Deswegen sagt uns jetzt der Verkaufsexperte Wolfgang Gruschwitz, vom gleichnamigen Büro Gruschwitz mit Sitz in München und Moskau, wie man den Onlineshop in den Laden kriegt – hallo!

Begrüßung: „Hallo, grüß Gott!“

1. Herr Gruschwitz, wie steht es denn um die Läden in unseren Einkaufspassagen, wenn man sie mit den virtuellen Läden im Internet vergleicht?

O-Ton 1 (Wolfgang Gruschwitz, 38 Sek.): „Im Netz steht die Bequemlichkeit natürlich im Vordergrund, die Verfügbarkeit, die Vergleichbarkeit. Im stationären Handel geht es mehr um die Intuition, das Gefühl und die Authentizität. Daran scheitert's im Augenblick erheblich in der Handelslandschaft. Und wenn Sie genau die Handelslandschaft anschauen: Alles schaut gleich aus. Alles ist irgendwo austauschbar. Wenn man dann tatsächlich noch in den stationären Handel geht, dann sind zeitstehlende Wartezeiten nicht selten. Früher hat der Handel Produkte verkauft und vorgehalten, hat etwas informiert und beraten und heute übernimmt das Ganze das Netz. In manchen Fällen ist es sogar so, dass der gut informierte Kunde mehr weiß wie das stationäre Personal. Und das ist natürlich auch eher schädlich.“

2. Aber der Laden um die Ecke hat ja auch Vorteile gegenüber den Onlineshops, oder?

O-Ton 2 (Wolfgang Gruschwitz, 25 Sek.): „Na natürlich. Die Intimität und das persönliche und vertraute Gespräch, dieses Auge in Auge, das sind ja mittlerweile Luxuserscheinungen geworden und die werden in der Zukunft noch viel mehr im analogen Handel notwendig sein. Denn das sind Dienstleistungen, die auch wertgeschätzt werden. Und immer wieder ist es wichtig, dass Mehrwert geschaffen wird. Und dieses multisensorische Erleben, dieses Riechen, Tasten, Greifen, Fühlen und etwas selber ausprobieren, dem kommt natürlich eine zentrale Bedeutung zu.“

3. Wie sehen denn die Shops der Zukunft aus?

O-Ton 3 (Wolfgang Gruschwitz, 32 Sek.): „So viel digital, wie nötig und so viel analog, wie möglich. Das ist natürlich wichtig. Es geht hier um eine perfekte Abstimmung auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse und entscheidend ist natürlich nicht das was, wie oder wo man kauft, sondern einzig und allein die Frage, warum? Also es geht hier auch ums Kopfkino und je authentischer die Geschichte ist, desto höher wird die Begierde sein, dass der Kunde reinkommt und etwas kauft. Das Wohlfühlen und der Lifestyle, dem steht natürlich die Bequemlichkeit im Onlineshopping gegenüber. Aber das ist einfach das, was wir im Vordergrund haben müssen.“

4. Was genau heißt das – geben Sie doch mal ein paar konkrete Beispiele und führen Sie mich durch den Einkaufsladen der Zukunft?

O-Ton 4 (Wolfgang Gruschwitz, 52 Sek.): „Wenn man dann zum Beispiel den Eingangsbereich sieht, dann gibt's einen zentralen Punkt. Da könnte zum Beispiel ein regionaler Wetterbericht da sein und dann sagt man: ‚Okay, es regnet jetzt bald bei uns.‘ Dann reagiert man sofort auf die Dekoration, auf die Ware. Gestaltung im Eingangsbereich ist natürlich auch noch wichtig, dass eine Sogwirkung entsteht. Das muss die Check-In-Zone werden. Somit ist es auch wichtig, dass dort es riecht und dass es dementsprechend auch frisch ist und dass ich die Leute durch Farben oder durch Musik reinziehe. Natürlich kann ich dann auch noch die Produkte erlebbar machen durch Virtual Reality. Dann dieses verlängerte Ladenregal, von dem wir immer reden. Die Produkte müssen greifbar sein, aber sie müssen nicht unbedingt mitgenommen werden können. Und dann gibt's natürlich diese Bewertungen, die wären natürlich auch wichtig, dass die erscheinen im stationären Handel. Wichtig ist aber, dass Botschaften vermittelt werden und dass es nicht verkünstelt wird, sondern, dass es wirklich authentisch ist und dass das auch wertgeschätzt wird.“

5. Und wie sieht der Laden der Zukunft beim Bezahlen aus?

O-Ton 5 (Wolfgang Gruschwitz, 32 Sek.): „Ich gehe davon aus, dass wir zukünftig gar nichts mehr bezahlen werden. Es wird einfach irgendwo registriert. Du gehst irgendwo rein und alles, was du mitgenommen hast, das wird dann einfach abgebucht, sobald du den Laden verlässt. Das ist natürlich Zukunftsmusik, aber es wird bald soweit sein. Bald heißt in vielleicht 5, 10 Jahren. Je mehr Karten und mobiles Zahlen IN wird, wird die Kasse dann verschwinden und als dominanten Möbelstück ins Museum wandern. Aber der Trend geht ganz klar dahin, dass die Leute so wenig wie möglich an den Bezahlvorgang erinnert werden, sondern, dass das nur noch digital irgendwo abgefangen wird.“

6. Wo können sich denn Fachbesucher auf der Ambiente und Nicht-Fachbesucher im Internet diese Ideen anschauen?

O-Ton 6 (Wolfgang Gruschwitz, 23 Sek.): „In der Sonderausstellung der ‚Ambiente‘ in der Messe Frankfurt haben wir diesen Future-Store gemacht, der ist im Foyer in Halle 4.1. Und ansonsten für die Leute, die nicht Gelegenheit haben, auf die ‚Ambiente‘ zu gehen, da können Sie auf unserer Homepage www.gruschwitz.de nachschauen. Da haben wir alles nochmal zusammengefasst und auch Tipps gegeben, wie man sich vorbereiten kann auf die Zukunft.“

Verkaufsexperte Wolfgang Gruschwitz hat uns eben erklärt, wie die Geschäfte der Zukunft aussehen und wie quasi den Onlineshop in den Laden um die Ecke bringt. Vielen Dank für das Gespräch!

Verabschiedung: „Dankeschön, tschüss!“

Abmoderationsvorschlag: Auf der Trendmesse „Ambiente“ in der Messe Frankfurt wird neben Einrichtungs-, Geschenke- und Küchentrends auch gezeigt, wie man die Vorzüge des Onlineshoppings auch in jedes Geschäft bringen kann. Mehr Infos finden Fachbesucher vom 9. bis 13. Februar auf der Messe oder Sie schauen ins Internet unter ambiente-blog.com.