

Vortrag und Diskussion

## **Wie werden wir morgen einkaufen?**

### **Stadt und Handel in Bewegung – Auswirkungen moderner Informationstechnologien**

Folkert Schultz, Leiter Unternehmensstrategie GALERIA Kaufhof GmbH

#### **Quo vadis Einzelhandel?**

Im Spannungsfeld der Verbraucher und Wettbewerber sind die Anforderungen an einen zeitgemäßen Einzelhandel in den letzten Jahren enorm gestiegen. Besonders der stationäre Einzelhandel gerät zunehmend unter Druck, denn bei stagnierender Kaufkraft herrscht das Gesetz der Verdrängung. Neue stationäre und virtuelle Formate mit mannigfaltigen Multichannel-Vertriebsformen revolutionieren die moderne Einkaufslandschaft.

Im stationären Umfeld liefern sich nach wie vor Vertikale Filialisten, Urbane Shopping-Center, Airport-Shopping, FOCs und Warenhäuser einen etablierten Kampf um die Gunst des „hybriden Kunden“. Neue Impulse durch sogenannte Guerilla-Stores, Flagshipstores, die zu Kultstätten des Einkaufs für junge Leute avancieren und „sinnliche Conceptstores“ mit integrierten Wellnessbereichen oder gepflegter Gastronomie setzen neue Maßstäbe für den Erlebniseinkauf.

Moderne Informationstechnologien bringen den Handel zusätzlich massiv in Bewegung: E-Commerce wird durch die Kraft der sozialen Netzwerke zu „Social Commerce“ und gewinnt mächtig an Fahrt. Verbraucher formieren sich zu Einkaufs-Communities und entmachten die Kraft der klassischen Werbung. Kaufentscheidungen werden mehr und mehr aufgrund „persönlicher Empfehlungen“ getroffen. Professionelle Social-Shopping-Plattformen bedienen das gestiegene Informations- und Kommunikationsbedürfnis der Kunden von heute.

#### **Multichannel-Unternehmen werden in Zukunft beim Kunden die Nase vorn haben.**

Multichannel-Vertrieb für Multichannel-Konsumenten. - Eine abgestimmte, innovative Kombination von Online- und Offline- Präsenz erschließt neue Chancen für erfolgreiche Händler. Die Verknüpfung von „Live-Erlebniswelten“ am POS mit virtuellen Kontaktmöglichkeiten zur Information und Meinungsbildung über alle geeigneten Kanäle wie Portale und Social Media bringen auch bisher traditionelle Einzelhändler nach vorne.

#### **Den prognostizierten Trends der Marktforscher und Zukunftsexperten zur Folge werden sich die beschriebenen Entwicklungen im Einzelhandel noch beschleunigen und verschärfen.**

Die Kunden werden noch unberechenbarer, Meinungsbildung noch weniger kontrollierbar und die Anforderungen an den stationären Handel werden weiter steigen.

Das Zukunftsinstitut spricht von NEO-Urbanismus und meint damit eine erfreuliche Tendenz zurück zur Innenstadt, die große Handelskonzerne von der grünen Wiese wieder in die Stadtzentren treibt. Politisch geförderte Aktionen privater und öffentlicher Akteure begleiten die wieder wachsende Bedeutung der Innenstadt.

Der Demografische Wandel erfordert neue Konzepte für Stadt und Handel, altersgerechte Angebote und eine Verbesserung der Erreichbarkeit.

GfK bestätigt, dass Nachhaltigkeit, fairer Handel und soziale Verantwortung von Unternehmen immer mehr die Kaufentscheidungen beeinflussen.

### **GALERIA Kaufhof auf dem Weg in die Zukunft**

GALERIA Kaufhof begegnet den Herausforderungen des verschärften Wettbewerbs von heute und morgen mit noch stärkerer Kundenfokussierung auf ihre Kernzielgruppen.

Das moderne GALERIA-Konzept ist Vorreiter für „nachhaltiges Handeln“ und nutzt den demografischen Wandel vorausschauend als große Chance, um mit passgenauen Einkaufserlebnissen eine wachsende, anspruchsvolle Zielgruppe zu begeistern.

Innovative neue Multichannel-Vertriebs- und Service-Konzepte, Erlebniseinkauf auf der Fläche und der engagierte Einsatz am Standort jeder einzelnen Filiale sichern dem Warenhaus auch in Zukunft seine große Bedeutung in der Innenstadt.