

SCHÖNE NEUE WELT DES SHOPPINGS



FOTO: JAN REPHOFF

CHRISTOPH SEEGER
CHEFREDAKTEUR

Eine Frau erhält beim Einkaufsbummel von einer Boutique eine Nachricht auf ihr Smartphone: Da sie in der Nähe sei, möge sie doch bitte vorbeischaun – heute gebe es 15 Prozent Preisnachlass. Die Frau bestätigt die Nachricht, und als sie das Geschäft erreicht, erwartet sie eine Auswahl von Kleidungsstücken ihrer Größe in einer für sie reservierten Umkleidekabine. Sie probiert einiges an, findet manches gut. Als sie bei einem Kleid unsicher ist, sendet sie aus der mit Kameras und Internetzugang ausgestatteten Kabine ein Video an ihre besten Freundinnen, um deren Meinung einzuholen. Bei einem Paar Schuhe vergleicht die Kundin den Preis bei Händlern im Internet und findet ein besseres Angebot, auf das die Verkäuferin einsteigt. Später beim Bezahlen an der Kasse löst die Frau Rabattcoupons aus dem Internet ein. Ein Paar Ohrringe, die noch geändert werden müssen, werden ihr per Kurier am nächsten Tag nach Hause geschickt.

Das ist die Story, die sich hinter dem QR-Code auf unserem Titel verbirgt und die als Comic auf Seite 30 nachzulesen ist. Was sich wie eine verrückte Fantasie anhören mag, ist technisch möglich und wird von Einzelhändlern in Ansätzen bereits genutzt. Die schöne neue Welt des Shoppings ist wichtiger Teil einer der gewaltigsten Umwälzungen, die der Handel je erlebt hat. In unserem Schwerpunkt zum Thema stellen wir Ihnen in Beiträgen und Interviews vor, wie „Die neue Kunst zu verkaufen“ funktioniert.

Darrell Rigby, Partner der Unternehmensberatung Bain, erklärt in „Die Zukunft des Einkaufens“ die „Omnichannel-Strategie“, eine Verschmelzung der Vorteile des E-Commerce mit den Vorzügen des Filialgeschäfts (ab Seite 22). In „Kartoffeln aus dem Netz“ beschreibt der Berater Ingmar Brunken, warum sich deutsche Lebensmittelhändler im Vergleich mit Engländern und Schweizern so schwertun, Nahrungsmittel online zu vertreiben (ab Seite 36). Ein Interview mit Ron Johnson, dem Erfinder der Apple-Stores (Seite 42), und ein Beitrag vom CEO der Bürobedarfskette Office Depot (Seite 48) stehen für Best Practices aus den USA. Eine Runde aus deutschen Einzelhandelsexperten analysiert die Situation der Branche hierzulande (Seite 54).

Christoph Seeger



DER QR-CODE AUF DEM TITEL leitet Sie zu einem Comic über die Zukunft des Handels weiter. Zum Scannen mit dem Smartphone brauchen Sie eine App. Suchen Sie unter „Scan“ oder „QR“. Es gibt mehrere Anbieter. Oder klicken Sie hier.