

VERÄNDERTE KUNDENBEDÜRFNISSE

Eine andere Ladenwelt

In der Pandemie ist es vielen Kunden wichtig geworden, viel Raum und Platz um sich herum zu spüren. Damit ändert sich auch die Art der Ladengestaltung. Davon ist Matthias Golze, Schneider Golze Ladenbau in Talheim, überzeugt. Die Kunden wünschen sich eine sichere, aber auch attraktive, ansprechende Umgebung – das sind wichtige Punkte für die zukünftige Ladengestaltung.

Wir alle werden uns durch Corona verändert verändert haben, wir haben uns bereits verändert“, stellt Innenarchitekt Matthias Golze fest. „Wir werden in großen Teilen zurückhaltender, sind mehr auf Abstand bedacht und haben dies auch verinnerlicht.“ Mit Blick auf die Ladengestaltung verweist er auf das Stuttgarter Kaufhaus Breuninger, das im Lockdown neue Textilflächen mit viel Freiraum gestaltet. Enge Gänge und Umkleiden gehören dort der Vergangenheit an.

Aber wo soll das hinführen? „Viele Flächen werden sich nicht mehr rechnen, wenn die Flächenproduktivität so gering ist“, sagt der Ladenbauer. Er prognostiziert, dass sich nur wenige Discounter und Große aus dem Lebensmitteleinzelhandel halten werden. Und die grüne Branche? Gärtnereien, Gartencenter, Bauernläden prophezeit Golze eine hoffnungsvolle Zukunft: aufgrund ihrer Größe, des Standorts und des für Menschen derzeit besonders attraktiven Angebots.

Auf Veränderungen eingehen

Voraussetzung ist aber, dass sich die Branche auf die veränderten Kundenbedürfnisse einstellt. „Wir müssen uns auf den Weg machen, wenn wir stehen bleiben, werden wir eingeholt“, ist der Innenarchitekt überzeugt. Wichtig sei es vor allem nachhaltig und selbstverantwortlich zu handeln, dann gelingt es auch junge Generationen anzusprechen.

Vielleicht wird es durch die Krise wieder individueller“, vermutet Golze: Weg von Standard-Ladenbaulösungen hin zu kreativen Einzelfallgestaltungen, wie zahlreiche Gartencenter zeigen, die gerade umgebaut werden. „Die Menschen



„Wir planen inzwischen völlig anders: mit mehr Raum überall, mit Ein- sowie Ausgängen auch bei mittleren Flächen und mit der Möglichkeit des virtuellen Einkaufs“, erläutert Matthias Golze. Kontakt: Tel. +49-160-93903030, matthias.golze@sg-ladenbau.de

brauchen einen Ort, ein Paradies, in das sie sich zurückziehen können, und dafür ist der grüne Einzelhandel ideal.“ Zumal er hier einen weiteren Trend findet. Den Trend zum Ursprünglichen: „Wie etwas entstanden ist, wird seit Corona wieder weit mehr wertgeschätzt und gelebt“, sagt Matthias Golze. Auch deshalb sieht er eine neue Flucht aufs Land, was wiederum Chancen für Geschäfte in ländlichen Gebieten eröffnet.

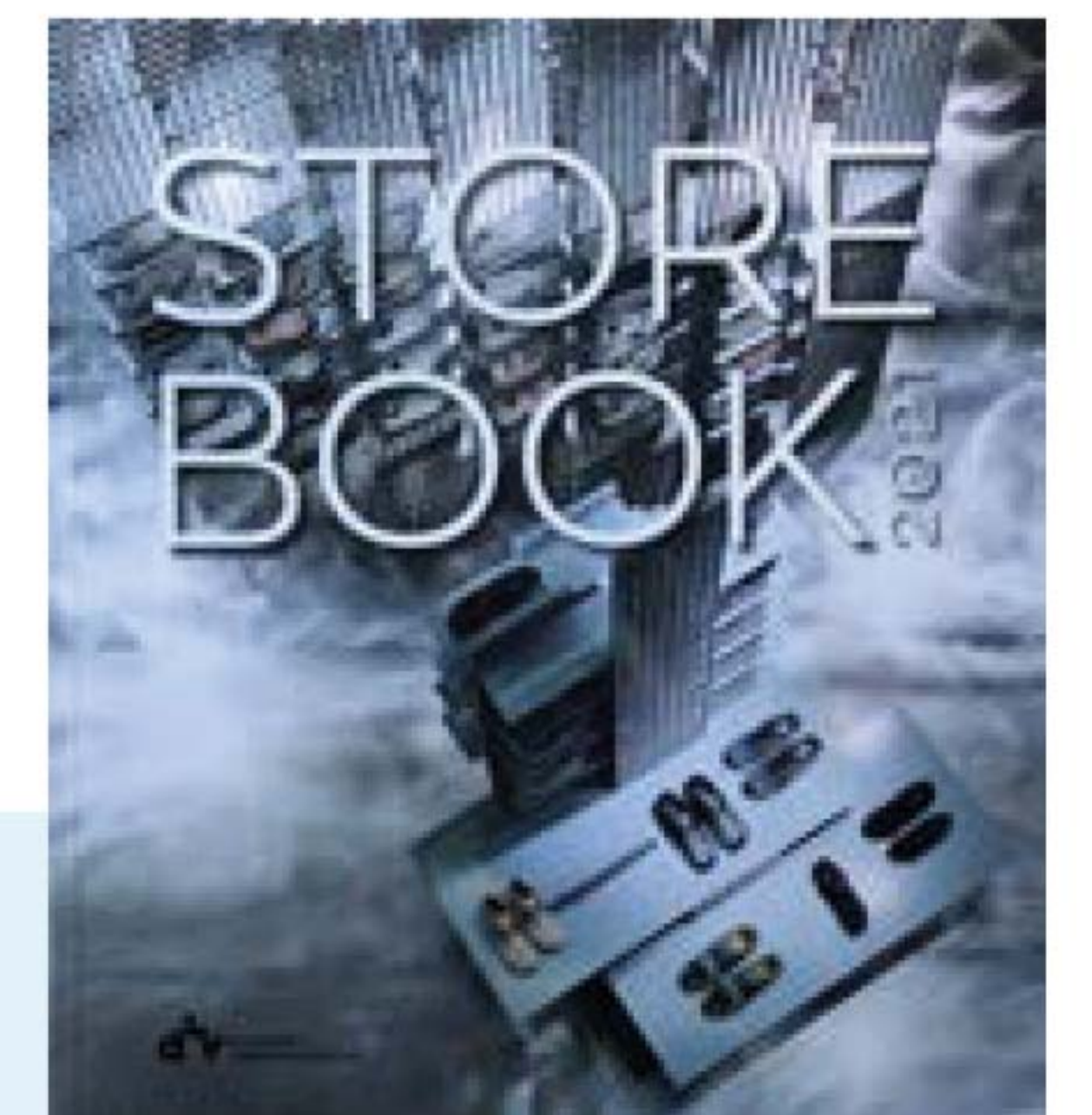
Digitalisierung als Hilfe

Gartencenter und Gärtnereien sind demnach weniger durch die Krise gefährdet, aber um die meist kleinen Blumengeschäfte macht sich Matthias Sorgen: kreatives Chaos, üppige Warenfülle, ein überbordendes Angebot auf engem Raum – das wird so nicht mehr möglich sein. Gerade in kleineren Läden kann die Digitalisierung zu großen Veränderungen führen.

TIPP

Store Book 2021

Das gerade erschienene Store Book 2021 ist das achte Buch in der Reihe, die der Deutsche Ladenbau Verband (dLv) seit 2014 jährlich herausgibt. Das Buch zeigt wesentliche Tendenzen in der Welt des Handels und spiegelt den Zeitgeist am Beispiel von 50 Verkaufskonzepten auf internationaler Ebene wider. Handels- und Ladenbau-Experten teilen ihr Wissen in Interviews und Beiträgen – eine großartige Inspirationsquelle.



Matthias Golze spricht von digital ausgestattete Blumenläden, die ihre Fülle virtuell zeigen, den Strauß in der Werkstatt binden und die Kunden über eine Leinwand oder einen Bildschirm zuschauen lassen. Vielleicht werde in Zukunft sogar künstliche Intelligenz eingesetzt.

Zurzeit ist Matthias Golze an der Entwicklung eines Volumenscanners für Hofläden beteiligt. Komplizierte Strukturen wie Salatköpfe oder Pflanzenformen bereiten dem Scanner noch Probleme, aber Golze ist sich sicher, dass der erste SB-Laden mit Volumen-Scan und digitaler Abrechnung im kommenden Jahr an den Start gehen kann. Solche Systeme hätten den Vorteil, dass die Mitarbeiter wieder mehr Zeit für Gespräche haben. „Digitale Innovationen schaffen Möglichkeiten für kontaktlosen Einkauf und trotzdem ist Menschenbegegnung wieder spürbar.“

Text: **Katrin Klawitter**, Wedemark