erstellt: 02.03.2017
Das Geschäft mit dem Geschäft beginnt

O-Ton: Jan Schnatmann, Geschäftsführer Galeria Kaufhof Kö, 40212 Düsseldorf;
Elke Moebius, Director EuroShop, Messe Düsseldorf GmbH, 40474 Düsseldorf;
Ulrich Spaan, Mitglied der Geschäftsleitung, Leiter Messen + Forschungsbereich Informationstechnologie, EHI Retail Institute, 50672 Köln
Länge: 2:21 (divers kürzbar)
Autor: Harald Schönfelder

Info: Auf der EuroShop stehen Ladenbesitzer mal auf der anderen Seite. Dort sind sie Kunden, denn dort bekommen sie neue Einrichtungen für ihre Geschäfte. Die stehen heute unter dem Druck der Konkurrenz aus dem Internet. Die Rezepte im Konkurrenzkampf: Design statt Einrichtung, eigene Online-Vertriebswege statt reinem Offline-Konzept.

Anmoderation: Am Wochenende (5.03.17) wird die Messe Düsseldorf zum fesch eingerichteten Superstore. Ab Sonntag liegen Wurst und Käse in den Messehallen aus. Schicke Vitrinen locken mit glänzend beleuchteten Produkten. Nur kaufen lohnt sich nicht. Wurst und Käse sind aus Plastik und die Vitrinenbelegung nur Schaustücke. Der Laden selbst ist der Star, denn bei der beginnenden Messe EuroShop geht es um die Läden der Zukunft.

Beitragstext: O-Ton
erklärt Jan Schnatmann. Der Geschäftsführer des Düsseldorfer Kaufhofs ist der Gastgeber, bei dem die Messe EuroShop sich vorstellt. Dazu führt er in einen Bereich, der bereits von diesem alten Konzept weg und umgestaltet ist. Moderne Ladeneinrichtung geht so, sagt er.
O-Ton
Denn Emotionen und "storytelling" sind die derzeitigen Schlagworte. Jedes Produkt soll sozusagen in seiner natürlichen Umgebung präsentiert werden. Sneaker im technisiert anmutenden, hellen Bereich. Die Schuhe für Damen dagegen stehen in einer Umgebung, die an modern eingerichtete Wohnlandschaften erinnern. Das Geschäft damit boomt, die Messe ist so groß wie noch nie, sagt ihre Direktorin Elke Moebius. Und sie nennt gleich einen Grund.
O-Ton
Und der heißt Service oder Kundendienst. Denn neben der schicken Einrichtung spielt heute auch High Tech eine wichtige Rolle. In dem Fall bedeutet das, die beiden Welten offline und online sinnvoll zu vernetzen, sagt Ulrich Spaan vom EHI Retail Institute.
O-Ton
Das macht die Kunden auch ohne bling-bling recht schnell glücklich. Trotzdem ist die Show auch wichtig. Beides, die schicken Einrichtungen und die praktischen technischen Lösungen zeigen über 2.300 Aussteller auf der Messe. Und ein wenig strahlt sie auch in die Düsseldorfer Innenstadt. In ein paar seiner Schaufenster macht der Düsseldorfer Kaufhof Werbung für die Messe der Kundenumgarnung.
Harald Schönfelder, Redaktion ... Düsseldorf

zum Beitrag gehörende mp3-Dateien:

vertont: EuroShop_17_Neue_Einrichtungen_fuer_mehr_Kunden_BTR.mp3
nur O-Töne: EuroShop_17_Neue_Einrichtungen_fuer_mehr_Kunden_BTR_unvertont.mp3