

Ladenbau: Fünf Trends im Möbelhandel

Die Antwort auf die digitale Wirtschaftswelt

Die Digitalisierung wirkt sich auf den gesamten Einzelhandel massiv aus. Deshalb muss auch die Gestaltung und Einrichtung von Geschäften komplett neu gedacht werden. Der Möbelfachhandel muss darauf reagieren. Personalberater Thomas Frey hat die wichtigsten Trends im Ladenbau herausgearbeitet.

Als das Beratungsunternehmen Capgemini IT-Profis aus deutschen Unternehmen zu Digitalisierungstrends 2018 befragte, wurde wieder einmal deutlich, welche enormen Veränderungen auf die gesamte Wirtschaft zukommen: Zwei Drittel der deutschen IT-Spezialisten sind der Meinung, dass sich das Geschäftsmodell ihres derzeitigen Unternehmens massiv verändern wird – ganz unabhängig davon, um welche Branche es geht. Und fast die Hälfte der IT-Verantwortlichen ist der Meinung, dass sie mit den bisherigen Anwendungen, die im Unternehmen eingesetzt werden, nicht mehr weiterkommen wird, wenn die Prozesskette und das Datenmanagement im Betrieb zukunftssicher sein sollen.

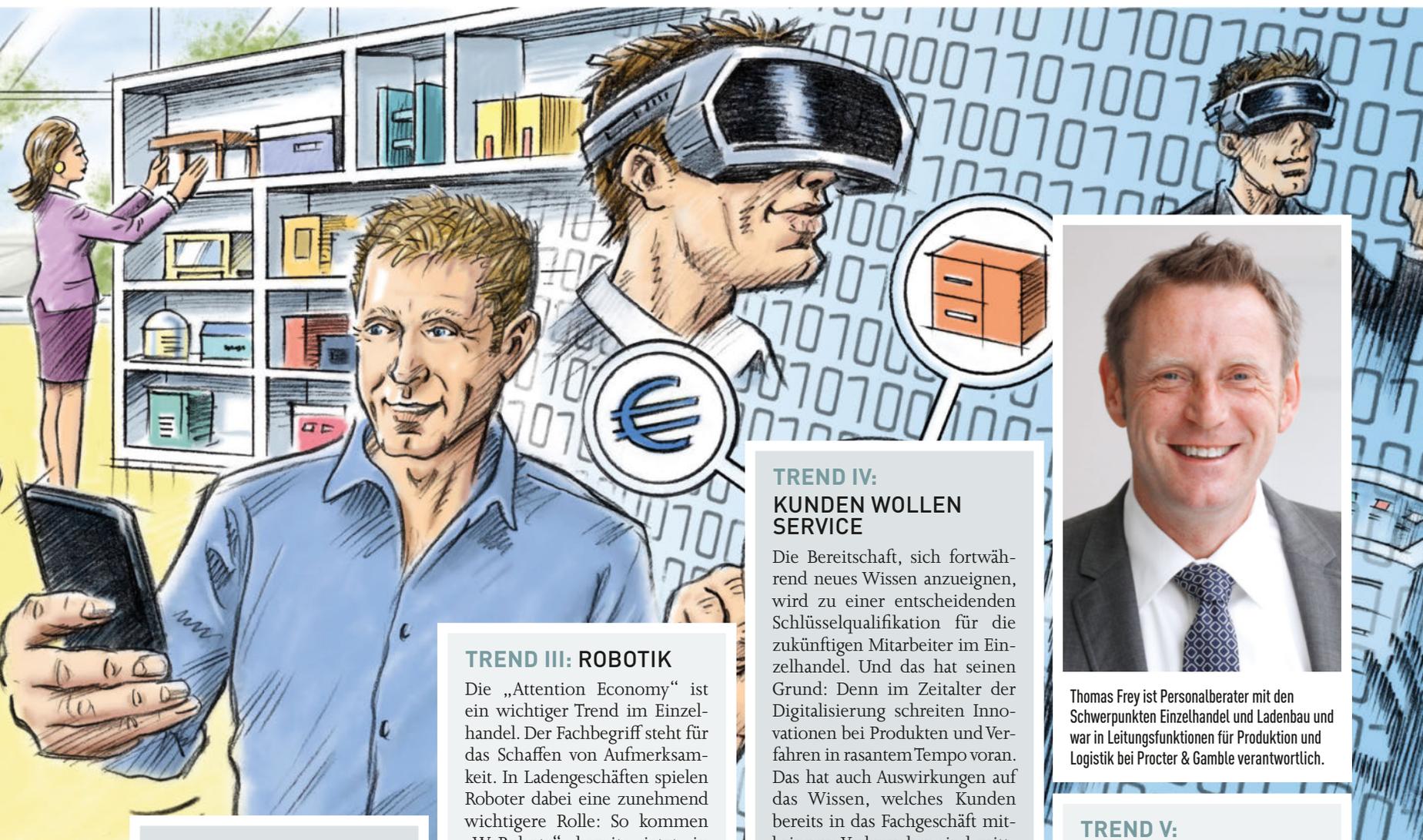
Auch der Einzelhandel ist längst von den Veränderungen betroffen, die die neue digitale Wirtschaftswelt mit sich bringt. Der Weg, auf dem sich Verbraucher über Produkte informieren, diese auswählen und eine Kaufentscheidung treffen, wird zu einem großen Teil online beschritten. Selbst dann, wenn der Kauf im Shop vor Ort stattfindet. Neue Anwendungen aus der Robotik und Virtuellen Realität verändern das Käuferlebnis. Dies hat Auswirkungen darauf, wie Einkaufswelten im Einzelhandel zukünftig gestaltet werden. Für die Möbelbranche lassen sich dabei fünf wichtige Trends absehen: Verschmelzung von Onlinewelt und stationärem Handel, neue Bezahlssysteme, Robotik, Service und Virtual Reality.

■ ladenbau.careers/de/start

TREND I: ONLINE-WELT UND STATIONÄRER HANDEL VERSCHMELZEN

Der stationäre Handel hat auf die Erfordernisse des Onlinevertriebs reagiert und entwirft Ladenflächen, die die Onlinewelt einbeziehen. Mehr und mehr schließt sich auch in der Möbelbranche die Lücke zwischen dem virtuellen Produkt im Browser und der realen Ware im Regal. Der Kunde gelangt immer nahtloser von der Onlinewelt zur realen Warenpräsentation: Er informiert sich bereits vor dem Besuch im Möbelfachhandel über aktuelle Wohntrends oder neue Produktlinien seiner Lieblingsdesigner. Und genau diese Möbel und Wohnaccessoires will er jetzt im Regal wiederfinden. Moderne Ladenbaukonzepte für die Möbelwelt sollten diesem Bedürfnis Rechnung tragen.

Mithilfe von Augmented-Reality-Tools oder interaktiven Spiegeln kann die Warenpräsentation im Onlinemöbelshop perfekt in Szene gesetzt werden. Der Kunde kann zukünftig Wohnwelten interaktiv am PC gestalten und sich die dafür passenden Produkte auswählen.



TREND II: NEUE BEZAHLSYSTEME

Derzeit werden die Waren im stationären Einzelhandel noch zu mehr als 50 Prozent bar bezahlt. Neue Payment-Systeme werden das Bezahverhalten in den kommenden Jahren jedoch komplett revolutionieren. Fünf Schlüsseltechnologien sind dabei der Treiber: die weltweite Vernetzung von Computern und Datenbanken, die verbesserten Technologien, Hypermedia (Verbindung von Text, Grafiken, Ton und bewegten Bildern, wie beispielsweise bei Spracherkennungssystemen), Echtzeit-Animation in 3D, Künstliche Intelligenz als entscheidende Schlüsseltechnologie

Hinzu kommt, dass Handelskonzerne mehr und mehr Daten sammeln möchten und durch Bezahlen mit Bargeld keine personenbezogenen Daten erhoben werden können. Aus diesem Grund wird es auch für Einrichtungshäuser immer wichtiger, Anreizsysteme zu schaffen, die ihren Kunden den Umstieg auf das elektronische Bezahlen erleichtern.

TREND III: ROBOTIK

Die „Attention Economy“ ist ein wichtiger Trend im Einzelhandel. Der Fachbegriff steht für das Schaffen von Aufmerksamkeit. In Ladengeschäften spielen Roboter dabei eine zunehmend wichtigere Rolle: So kommen „WeRobots“ bereits jetzt in Shoppingmalls zum Einsatz. Dort haben sie Kontakt mit dem Kunden und übernehmen Service- oder Beratungsaufgaben. Im Backoffice-Bereich, beispielsweise in der Intralogistik, wird vornehmlich die Automatisierung wiederkehrender, gleichbleibender Prozesse wie die Ein- und Umlagerung, der innerbetriebliche Transport und die Kommissionierung mehr und mehr durch den Einsatz von Robotik automatisiert: Ein Trend, der auch in die Lagerhallen großer Möbelhändler übergreift.

Die Warenbefüllung der Stores durch autonome Lieferfahrzeuge gewinnt ebenso an Bedeutung wie die Warenver-einnahmung und -räumung. Die an der Kasse erhobenen Daten, gekoppelt mit Sensoren am Regal und den Daten im Warenlager, können Bestellungen auslösen und Logistikprozesse in Gang setzen. Das bedeutet für den Ladenbau, dass die datentechnische Versorgung stets berücksichtigt werden und schon frühzeitig in die Planung einbezogen werden muss.

TREND IV: KUNDEN WOLLEN SERVICE

Die Bereitschaft, sich fortwährend neues Wissen anzueignen, wird zu einer entscheidenden Schlüsselqualifikation für die zukünftigen Mitarbeiter im Einzelhandel. Und das hat seinen Grund: Denn im Zeitalter der Digitalisierung schreiten Innovationen bei Produkten und Verfahren in rasantem Tempo voran. Das hat auch Auswirkungen auf das Wissen, welches Kunden bereits in das Fachgeschäft mitbringen: Verbraucher sind mittlerweile weniger an Fakten zu einem Produkt interessiert – die kennen sie ohnehin aus dem Internet. Der Kunde will Service, Empfehlungen, Ideen und Alternativen, daher wird gut geschultes Servicepersonal immer wichtiger. Deshalb sind Möbelfachhändler gut beraten, wenn sie in den kommenden Jahren in die Qualifizierung ihrer Mitarbeiter investieren. Verkäufer müssen sich einerseits bei Produktwissen und Beratungskompetenz auf dem Laufenden halten. Und andererseits wird Fortbildung auch zur Schlüsselfrage, wenn es darum geht, die digitalen Veränderungen zu bewältigen und im Möbelfachgeschäft vor Ort umzusetzen. Der Mitarbeiter von morgen wird mehr als bisher Interesse an technologischen Fragen mitbringen müssen – und die Bereitschaft, sich dabei auf dem neuesten Stand zu halten. Für die Unternehmen bedeutet das, den Fokus in der Personalentwicklung auf diese Fragen zu lenken und entsprechende Budgets für Fortbildungen bereitzustellen.



Thomas Frey ist Personalberater mit den Schwerpunkten Einzelhandel und Ladenbau und war in Leitungsfunktionen für Produktion und Logistik bei Procter & Gamble verantwortlich.

TREND V: VIRTUELLE REALITÄT

Die virtuelle Realität – kurz „VR“ – steht noch am Anfang. Intelligente Verkaufszonen am Point of Sale, kontextsensitive Umgebungsanpassung, Produktvergleich via Surface-Scanning, virtuelle Einkaufslisten: Derlei Anwendungen sind Teil einer boomenden Technik, die dem Einkaufen spielerische Leichtigkeit verleiht – und eine neue Erlebnisqualität. Das Thema VR wird völlig neue Maßstäbe setzen. Der Kunde von morgen gestaltet im Möbelfachgeschäft seine virtuelle Einrichtung oder „reist“ mit VR-Brille durch verschiedene Wohnwelten, um sich Ideen für die heimischen vier Wände zu holen. Dabei kann er aus verschiedenen Komponenten einer Möbelserie wählen, bekommt technische Details gezeigt und erhält dabei die Information, welche Produkte auf Lager sind und zu welchem Preis er sie erwerben kann. Hier ist die Kopplung der einzelnen Systeme, zum Beispiel die Software der VR-Brille mit dem Warenwirtschaftssystem und dem Internet, notwendig.