

# «CARTE BLANCHE» FÜR Christian Binder

**D**as Internet ist bekanntlich gekommen, um zu bleiben. «Der stationäre Handel wird deshalb nicht sterben, aber viele der heutigen Formate werden bald der Vergangenheit angehören» – so prognostizierte es kürzlich auch GDI-CEO David Bosshart in einer von 10 Thesen. «40 bis 60 Prozent der Produkte haben keine Flächenberechtigung», stellte der renommierte Trendforscher unter anderem nüchtern fest. Und künftig sollten, so Bosshart, nicht der Umsatz pro Quadratmeter, sondern etwa Innovationen/m<sup>2</sup>, Inspirationen/m<sup>2</sup> und die Erlebnisqualität die entscheidenden Messgrößen sein. In der Tat erwartet der heutige Konsument vom stationären Handel vor allem echte Erlebnisse. Deshalb ist etwa auch die rasant steigende Bedeutung der Gastronomie in unseren Einkaufszentren kein Zufall. Deutlich zu sehen war dieser Trend auch im November an der MAPIC in Cannes, der bedeutendsten europäischen Handelsimmobilien-Messe.

Eine ähnliche Entwicklung erwartet sich auch Michael Gerling vom EHI Retail Institute Köln. «Spannend wird sein, in welcher Größenordnung sich die Online-Umsätze in den verschiedenen Branchen einpendeln werden», so Gerling anlässlich der 4. BINDER handelsARENA im November 2017 in Zofingen. Fest steht für den Experten jedenfalls auch, dass der stationäre Handel weiterhin seine Chancen hat. Immerhin werden die Menschen auch künftig ganz konkrete Erlebnisse und soziale Kontakte suchen. Vor allem kleineren Händlern empfiehlt Gerling, mit kompromissloser Beratungs- und Servicequalität zu punkten und die Kunden mit attraktivem Ambiente in die Läden zu ziehen. Nur für wirklich grosse Player sieht der Experte die Zukunft bei Omni-Channel-Strategien.

Nicht zuletzt bei der Inszenierung einer stimmungsvollen Ambiente kann ein professionell agierendes Ladenbau-Unternehmen wie BINDER INTERIOR den Detailhandel wirkungsvoll unterstützen. In der Theorie und in der Praxis. In der Theorie werden wir in diesem Jahr in HANDEL HEUTE unsere Serie «POINT of SALE and MORE» fortsetzen. Dabei werden wir uns insbesondere wichtigen «Soft-Faktoren» wie multisensuellen Aspekten der Shop-Gestaltung, der Laden-Dramaturgie, Feng Shui im Ladenbau, der Stressvermeidung am POS oder, wie in dieser Aus-



**Christian Binder**

geschäftsführender Gesellschafter von BINDER INTERIOR

gabe, dem Thema «Ladenbau 60+» widmen. Ein Highlight wird dann am 12. November der Auftritt von Bernd Reutemann in Sachen herausragender Beratungs- und Servicequalität im Rahmen der 5. BINDER handelsARENA sein. Ein klein wenig stolz sind wir auch darauf, dass wir in diesem Jahr, gemeinsam mit dem Apothekerverband pharmaSuisse, an einem richtungsweisenden Forschungsprojekt über «Die Apotheke der Zukunft» mitwirken (über die Ergebnisse werden wir berichten).

In der täglichen Praxis berücksichtigen wir dieses vielfältige Know-how bei der Beratung und bei der Ladenplanung. Und bei der Verwirklichung dieser Pläne legen wir höchste Qualitätsmassstäbe an. Damit können wir kleine, aber wichtige Beiträge dazu leisten, dass sich der stationäre Detailhandel mit wettbewerbsfähigen Konzepten, und vielleicht auch dem einen oder anderen neuen Format, weiterhin behaupten kann.

Herzlichst, Ihr  
Christian Binder