

MARKETING: EINKAUFEN ALS ERLEBNISGESTALTUNG

- Handscanner von der Größe eines Telefonhörers oder PC-Verbindungen ermöglichen die Bestellung von zuhause aus;
- Im Laden können Kunden durch Handscanner schon während des Einkaufs feststellen, wieviel sie ausgegeben haben;
- Im Sortiment schrumpft die Vielfalt, lokale Produkte und Eigenmarken des Handels werden künftig wichtiger;
- Die Geschäfte werden neu aufgeteilt: in der Baby-Ecke etwa findet der Kunde künftig Windeln, Babynahrung und Puder an einem Platz;
- Supermarktketten bieten Lieferservice und mehr Beratung, z.T. über elektronische Geräte;
- Branchenfremde Sortimente, wie etwa CDs in Drogerien oder Textilien im Supermarkt, werden normal;
- Supermärkte richten Cafés und Erlebnisecken ein;
- Die Bezahlung läuft über spezielle Kundenkarten, die auch einen direkten Einblick in die Wünsche der Kunden ermöglichen;
- Marktforschung betreiben Hersteller und Händler direkt, dadurch verlieren Marktforschungsinstitute an Bedeutung;
- Hersteller eröffnen eigene Läden in der eigenen Branche, aber auch in fremden Branchen (z.B. Tankstellenshops) oder sie liefern die Ware nach Hause;
- Durch den elektronischen Zahlungsverkehr ändern sich die Geschäftsfelder der Banken;
- Im Vertrieb wird die Umwelt eine gemeinsame Rolle spielen: Wettbewerber werden ihre Logistik gemeinsam organisieren.

Quelle: MM 6/97