

➤ 66 TAGE ERFAHRUNG SIND IM SCHNITT
AUSREICHEND, UM EINE GEWOHNHEIT ZU ÜBERNEHMEN

SHIFT RICHTUNG ONLINESHOPPING

Laut einer Umfrage über die Corona-Kaufkraft-Verschiebungen darf sich der Internet-Modehandel über etwa 20% Neukunden freuen. Wenn das Ergebnis einer englischen Studie richtig ist, so dauert die Krise auch lange genug, um neue Routinen zu übernehmen. Im Mittel, so die Erkenntnis der Forscher, bräuchten wir 66 Tage, um eine neue, regelmäßig gemachte Tätigkeit zur Gewohnheit werden zu lassen. Auch nachdem die Läden wieder öffnen durften, wird weiter online bestellt, denn die Einkaufserfahrung im stationären Handel war nicht so toll. Es ist zu wenig Platz in den Läden, Warteschlangen vor den Geschäften und auch der Mundschutz reduzieren den Shopping-Spaß deutlich.

Doch man kann sich auch fragen, ob vor dem Stillstand wirklich alles gut war oder nicht die Krise Dinge verstärkt, die bislang schon nicht ideal waren? Die Zeiten, in denen wir in den Läden gehen, um einfach nur Zugang zu einer bestimmten Ware zu bekommen, wurde schon seit einigen Jahren deutlich weniger. Als Kunde will man in den Geschäften etwas geboten bekommen, was online nicht möglich ist: ein Markenerlebnis, dieses haptisch und qualitativ erfahren, Passgenauigkeit und echten Service bekommen. Die Lieferung kann auch später erfolgen, vorausgesetzt, es bleiben die bösen Überraschungen und Fehlkäufe aus.

Die Geschäfte weiterzuentwickeln, wird aber gerade jetzt nicht leicht für den stationären Handel: Es ist eine enorme Menge an unverkaufter Ware im Markt. Durch die viele Zeit zu Hause und ohne festliche Anlässe hat sich auch der Bedarf mehr zu bequemeren Dingen verlagert. Die Rabattschlacht als die altbekannte, reflexartige Antwort, um die Ladenhüter der Frühjahrskollektion loszuwerden, hat begonnen. Als erfolgreiche Saison wird dieses Frühjahr bestenfalls für Schnäppchenjäger in die Geschichte eingehen, für viele Marken sicher nicht. Es wurde offensichtlich, dass viele Marken und Händler sich nicht schnell genug anpassen und ihre Kunden nicht kennen beziehungsweise diese aus Altersgründen allmählich wegfallen. Dadurch entsteht ein Überhang an am Markt vorbeiproduzierter Ware. Und das ist weder für den Kunden gut noch für den Hersteller und schon gar nicht für die Umwelt. Es werden unter oftmals sehr schädlichen Bedingungen Dinge produziert, die die Welt nicht braucht. Jahrzehntlang wurde der Konsument auf Kosten von Umwelt und Gesellschaft subventioniert. Weit unter den wahren Kosten, wenn man den Raubbau (Kinderarbeit und Austrocknung des Aralsees als Beispiele genannt) berücksichtigt, wurden kaum gebrauchte Dinge von schlechter Qualität verkauft.

In anderen Branchen haben sich in der Krise die regionalen Lieferdienste rasch organisiert. Wenn damit gute Erfahrungen gemacht wurden, so darf man durchaus darauf hoffen, dass die 66-Tage-Regel auch hier gilt und auch zukünftig zu den nachhaltigen regionalen Angeboten gegriffen wird.

Bis demnächst, Ihr Günther Grall ■



FH-Prof. Mag. Dr. Günther Grall ist studien-
gangsleitender Professor für Design &
Produktmanagement an der Fachhochschule
Salzburg, Standort Kuchl.

➤ E-Mail: guenther.grall@fh-salzburg.ac.at