



© Panthermedia.net/Wavebreakmedia

Vielseitiger

Produkte „zum Angreifen“ gibt es online nicht, wo sich das Einkaufen auf einen Klick beschränkt.

sein, schließt eine Online-Präsenz natürlich nicht aus.

Bei Kaufentscheidungen lohnt es sich, über möglichst viele unterschiedliche Kanäle mit Konsumentinnen und Konsumenten in Kontakt zu treten. Wir bieten beispielsweise eine unkomplizierte Live-Beratung online an. Interessierte Konsumentinnen und Konsumenten können sich live und individuell von einer Expertin in einem Online-Verkaufsraum beraten lassen. Bestens vorinformiert wird der potenzielle Käufer zu einem Fachhandelspartner geschickt, um unsere Produkte mit allen Sinnen zu erleben und sich weiterberaten zu lassen.

Ein Ort zum Träumen

Der physische Einzelhandel ist so viel mehr als ein Ort, an dem ich einkaufen kann. Er lädt zum Träumen ein, lässt mich Produkte ausprobieren und erleben. Das Einkaufen wird zum Erlebnis, das ich auch gerne als sozialen Event mit Freundinnen oder Familie teile. Vor allem schafft der stationäre Handel Vertrauen. Denn persönliche Beraterinnen und Berater, mit denen ich mich gerne unterhalte, erzeugen in mir ein ganz anderes Gefühl als das anonyme Internet.

Kaufentscheidung mit allen Sinnen

Ein Plädoyer für Shopping vor Ort: Der physische Handel macht Einkaufen zum Erlebnis.

Gastkommentar

••• Von Annette Göbel

WIEN. Als Kind habe ich es geliebt, mit meiner Mama durch die Fußgängerzone zu gehen und Auslagen anzuschauen. Es hat mich fasziniert, mit wie viel Liebe und Kreativität Produkte in den Schaufenstern in Szene gesetzt wurden. In meinem Kopf sind dann immer sofort Träume entstanden und bis heute kann ich mich gut an dieses Gefühl erinnern.

Genau darum geht es, wenn wir Marken mit positiven Emotionen aufladen wollen. Wir müssen im richtigen Moment das passende Gefühl transportieren. Meiner Meinung nach gelingt das bei vielen Produkten nur über das persönliche Erleben. Natürlich findet man heutzutage so gut wie alles online,

allerdings mit entscheidenden Einschränkungen. Online sind wir auf zwei Sinne beschränkt: Wir können sehen, wir können hören. In einem Online-Shop können wir weder schmecken noch riechen oder fühlen – dabei ist die Wahrnehmung mit allen Sinnen bei Kaufentscheidungen oft ausschlaggebend. Wie fühlt sich ein Material an, wie klingt es, wie riecht es und was empfinde ich, wenn ich es berühre? Von einem Online-Kauferlebnis mit allen Sinnen sind wir selbst mit den ausgeklügeltsten Augmented-Reality-Lösungen weit entfernt.

Willkommen in meiner Welt

Sich für eine bestimmte Marke zu entscheiden, hat auch immer etwas mit dem Zugehörigkeitsgefühl zu tun. Nicht umsonst locken viele große Marken mit

eigenen Flagship-Stores in ihre Markenwelten. Dabei geht es weniger um eine Durchdringung des Marktes, als darum, Konsumentinnen und Konsumenten die Möglichkeit zu geben, einfach einmal vorbeizukommen und ein wenig Markenluft zu schnuppern. Physisch da zu



© Jura

Marken-Event

Annette Göbel, Leitung Verkaufsförderung bei Jura Österreich, über die Sinnlichkeit des Shoppings.

www.jura.com