

Marke & Offline-Handel – eine „alte Liebe“ ohne Zukunft?

01.09.2020, 18:01 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Eisenberg e.K.*

Presseagentur: *Eisenberg e.K.*

Marke & Offline-Handel – eine „alte Liebe“ ohne Zukunft?

von Wolfgang Eisenberg

Der stationäre Einzelhandel steckt unzweifelhaft in der Krise, vor allem der lokale, vor allem seit Corona. Der Marke könnte es ja egal sein, sie verkauft genau so gut online. Ist das wirklich so?

Wenn man sich heutzutage dazu einmal umhört, kommen einem Aussagen wie die folgenden zu Ohren:

- der stationäre Einzelhandel stirbt aus, der Consumer wendet sich vor allem seit der Krise eher dem digitalen Handel zu,
- der stationäre Einzelhandel muss sich neu aufstellen, er braucht neue Ideen, um eine neue Chance zu haben,
- der moderne Shopper würde zwar Shopping lieben, aber die Städte & Geschäfte bieten ihm kein überzeugendes Kauf-Erlebnis.

Mit unserer mehr als dreißigjährigen Erfahrung kommen wir aus einer Zeit, in der Marken in den Geschäften mit blühenden Display-Landschaften und spektakulären Marken-Präsentationen den Käufer emotional verwöhnten. Zu diesen Zeiten machte auch das Shoppen in diesen Geschäften eindeutig mehr Spaß.

Mal ganz ehrlich, bei all den Vorteilen, die der Onlinehandel dem Käufer bietet – und das sind schon einige unbestreitbar attraktive – EMOTIONEN, also (An)Probieren, Schmecken, Riechen, Anfassen, Probefahren, Persönlichkeit, zwischenmenschlicher Kontakt, GEHÖREN NICHT DAZU!

Warum verzichtet die Marke immer mehr auf die Präsentation ihrer emotionalen Stärken im stationären Handel? Nur hier kann sie diese optimal zelebrieren. Und hier „passiert“ laut HDE immer noch fast 90% des Umsatzes im Einzelhandel.

O.K., heute kommt niemand mehr am digitalen Handel vorbei, auch der stationäre Handel nicht. Er kann dessen Umsätze positiv erweitern und ihm damit sogar neue Kunden in seine Geschäfte ziehen.

Aber sogar der „digitalste“ aller Käufer möchte hin und wieder auch mal wieder einen gemütlichen Shoppingbummel erleben, „überraschendes“ Käuferlebnis, abgerundet mit einem gastronomischen Highlight, in emotional anregender Gesellschaft, mit menschlichen Kontakten und Geschichten.

Wir sind sicher, auch heute braucht die Marke nach wie vor auch den stationären Handel für die Demonstration ihrer Mehrwerte – und der stationäre Handel braucht die emotionale Marke für das Käuferlebnis und damit seine Existenzberechtigung gegenüber der digitalen Konkurrenz.

Beide brauchen eine Neuerfindung ihrer Liäson, die seit jeher und bis vor kurzem so gut funktionierte, zum Wohle des Verbrauchers und ihrer selbst.

Eine neue, erfolgreiche „Symbiose“ zu erzeugen, aus Marke, stationärem & digitalem Handel, sowie den Städten, daran möchten wir mitarbeiten und unsere oben bereits erwähnte Erfahrung einbringen. Die Geheimnisse erfolgreichen Handelns durch Lösungen, Geschichten, Emotionen wirken im Grunde seit langen Zeiten nahezu unverändert.

Städten können wir dabei helfen, Shopper wieder in die City zu locken, dem lokalen Einzelhändler können wir dabei helfen, seine Kunden über seine Lösungen zu informieren, sie zu begeistern, sie zu überzeugen – auch digital – und Marken können wir zeigen, wie sie sich wieder emotional ansprechend und damit erfolgreich in den Geschäften, also

unmittelbar am ORT DES VERKAUFS, inszenieren. Das kann eine spannende Zukunft werden, die allen Protagonisten zugute kommt.

eisenberg trademarketing agentur www.eisenberg-trademarketing.de

Portrait

Eisenberg - die Trademarketing-Agentur

POS-Konzeptionen für Handel und Marken

- mehr als drei Jahrzehnte "Praxisstudium" mitten im Umfeld von Handel und Marken
- dadurch entwickelte tiefgreifende Sensitivität für die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden
- innovative Kreativität bei der emotionalen Ansprache dieser Käufer am POS
- hohe Kompetenz bei der Konzeption begeisternder, budgetfreundlicher, einfach handlebarer Tools für die Markenpräsentation

News-ID: 1099096 • Views: 568 (Stand: 29.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1099096/Marke-Offline-Handel-eine-alte-Liebe-ohne-Zukunft.html>