

ibi

Das Ladengeschäft als Erlebnisraum

Simone Sauerwein

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

01 Initiative „Erfolgreich handeln“

02 Ausgangslage

03 Impulse aus der Praxis

04 Fazit

01

Initiative
„Erfolgreich handeln“

Projekt „Erfolgreich handeln“ des Bayerischen Wirtschaftsministeriums

Der Handel soll wettbewerbsfähig bleiben – wir unterstützen dabei!

Die Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine und die damit verbundenen Preissteigerungen haben massiven Einfluss auf den Handel.

Geändertes Einkaufsverhalten, veränderte Kundenbedürfnisse, hohe Energiekosten – wer in Zukunft noch erfolgreich sein will, muss sich anpassen.

Die Initiative „Erfolgreich handeln“, **initiiert und finanziert durch das Bayerische Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie**, hilft Ihnen dabei!

Projektlaufzeit: Januar 2023 bis Dezember 2024

Vorgängerprojekt: Die Förderinitiative „Bayern hilft seinen Händlern“

www.erfolgreich-handeln.bayern



Wie sieht unser Bildungsangebot aus?

Unsere Formate



Webseite & Newsletter



Workshops



Webinare



Mediathek |
Webinar-
aufzeichnungen

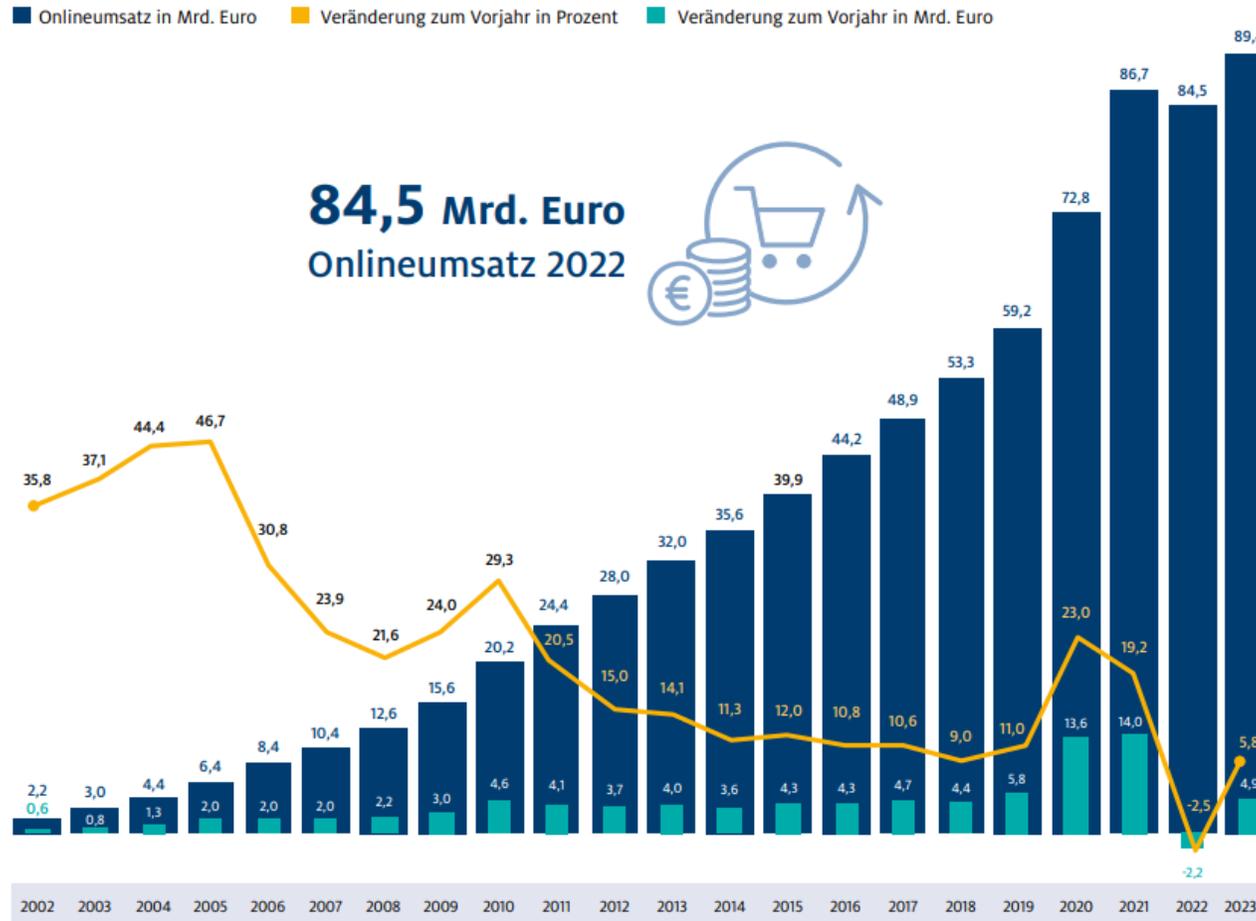
Unsere Themen

 E-Commerce	 Digitale Prozesse	 Nachhaltigkeit
 Digitale Sichtbarkeit	 Neue Geschäftsmodelle	 Soziale Medien
 IT-Sicherheit	 Bezahlverfahren	 ... und vieles mehr

02

Ausgangslage

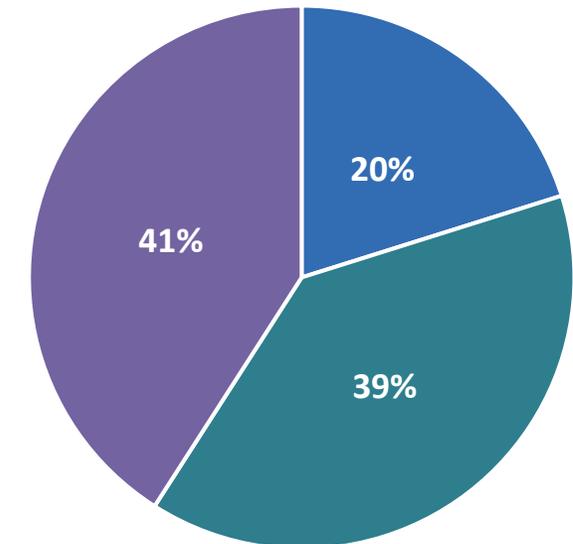
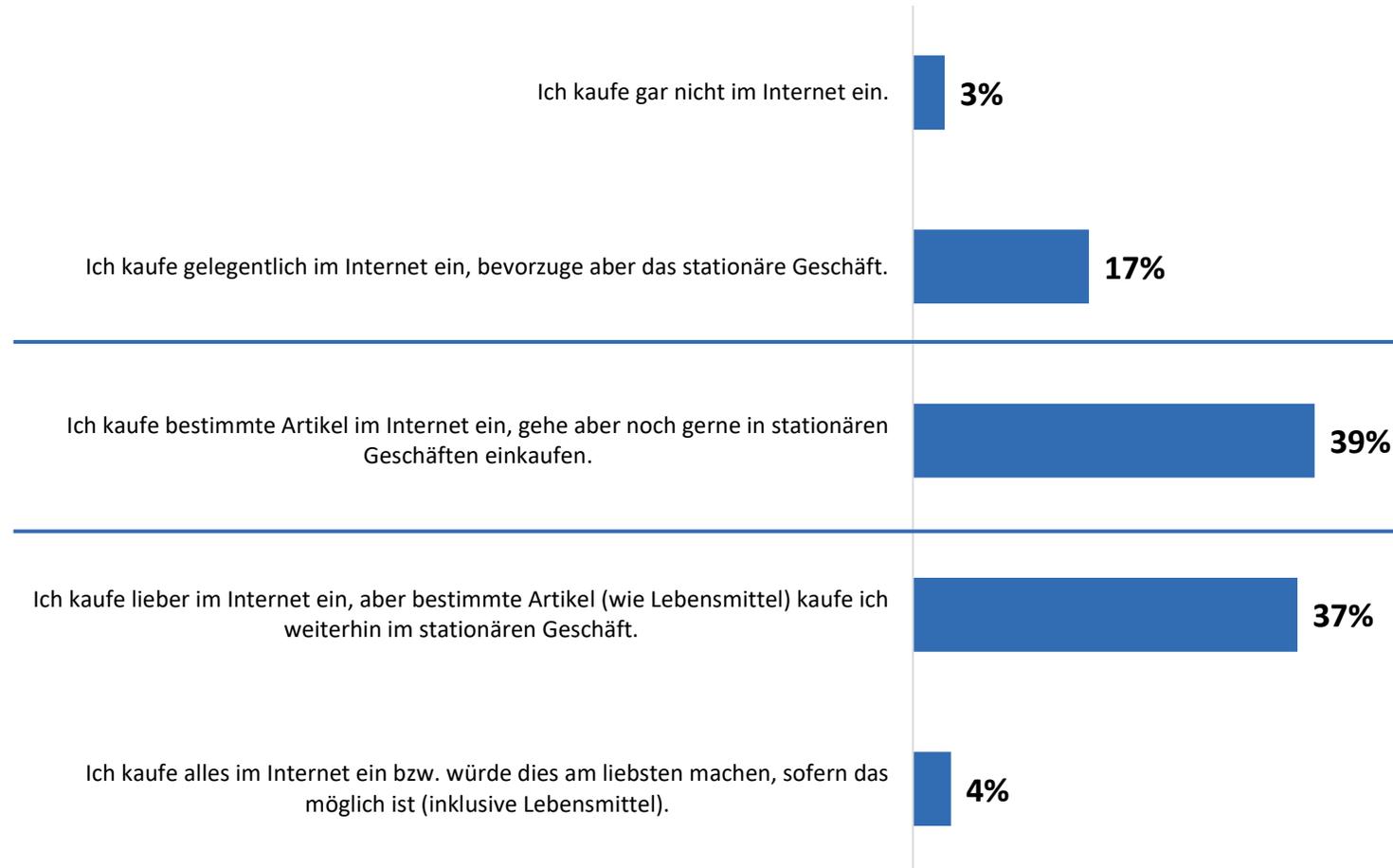
Entwicklung Onlineumsatz (netto) in Deutschland



*Umsatzangaben netto (ohne Umsatzsteuer); Prognose 2023: Stand Mai 2023

Käufertypen: Der Anteil der leidenschaftlichen Online-Shopper ist seit der Corona-Pandemie stark gestiegen

Wie schätzen Sie Ihr eigenes Kaufverhalten ein?



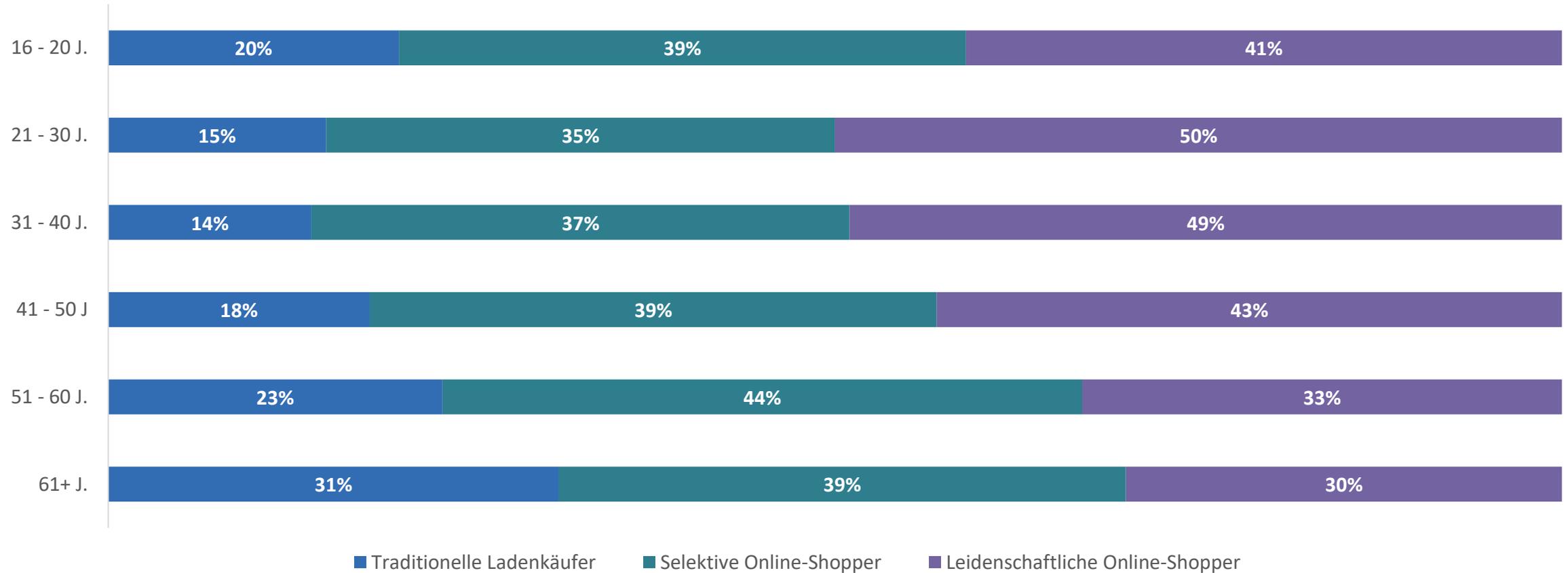
- Traditionelle Ladenkäufer
- Selektive Online-Shopper
- Leidenschaftliche Online-Shopper

n = 6.694 (alle Befragte von Januar 2023 bis Januar 2024);

Quelle: ibi-consumer-insights (<https://ibi.de/veroeffentlichungen/2024/ibi-consumer-insights-2023>)

31 Prozent der Befragten ab 61 Jahren sehen sich als traditionelle Ladenkäufer

Wie schätzen Sie Ihr eigenes Kaufverhalten ein?

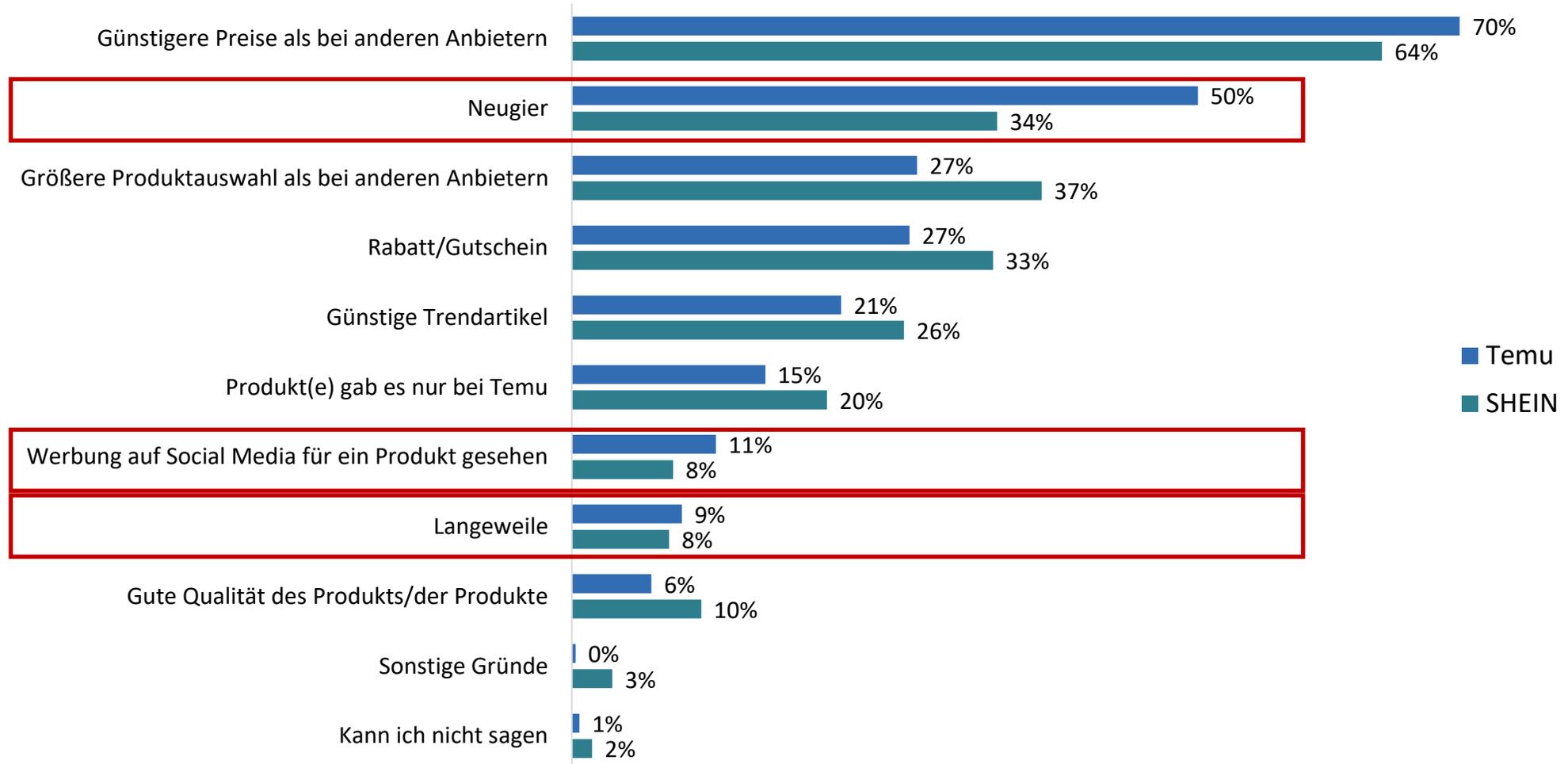


n = 6.694 (alle Befragte von Januar 2023 bis Januar 2024)

Quelle: ibi-consumer-insights (<https://ibi.de/veroeffentlichungen/2024/ibi-consumer-insights-2023>)

Billige Produkte & Neugier motivieren Konsument:innen zur Bestellung bei Temu & Shein

Was waren die Hauptgründe für Ihre Bestellung(en) bei Temu oder SHEIN?



n = 332 (Befragte von November 2023 bis Januar 2024, die bei Temu bestellt haben) bzw. n = 311 (Befragte von November 2023 bis Januar 2024, die bei SHEIN bestellt haben)

Quelle: ibi-consumer-insights (<https://ibi.de/veroeffentlichungen/2024/ibi-consumer-insights-2023>)

Kundenerwartungen

- **Produktverfügbarkeit und Sortiment**
Breite Auswahl an Produkten und eine hohe Verfügbarkeit der gewünschten Artikel
- **Beratung & Kundenservice**
Schnelle und kompetente Hilfe bei Fragen, Rückgaben oder Reklamationen
- **Digitalisierung**
Ein nahtloses Einkaufserlebnis durch die Integration digitaler Technologien wie Self-Checkout, Click & Collect und digitale Produktinformationen



03

Impulse aus der Praxis



Attraktive Ladengestaltung

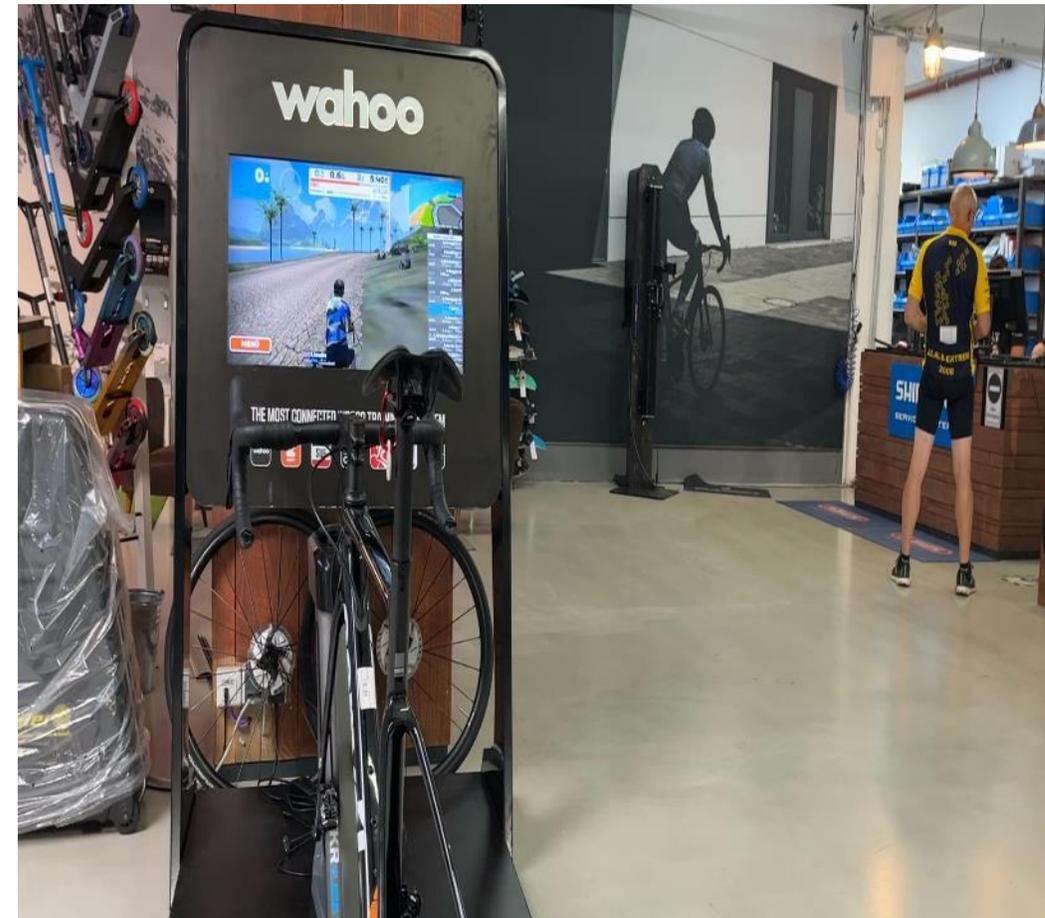
IDEENWETTBEWERB

„EINKAUFSERLEBNISSE IM
STATIONÄREN EINZELHANDEL –
BEST PRACTICES FÜR
BADEN-WÜTTEMBERG“

Projektpartner & Unterstützer

Bikesnboards GmbH

Erlebniskonzept	Installation einer Vermessungsstation zur individuellen Anpassung, Optimierung des Ladenauftritts durch Strukturierung der Laufwege , Erneuerung des Klang- und Beleuchtungskonzepts, eine nachhaltige Überarbeitung der Warenpräsentier sowie Schaffung eines Erlebnispfads mit interaktiven Informationsmöglichkeiten.
Zielsetzung(en)	Ergänzung neuer kundenorientierter Services, nachhaltigere und kostensparende Ladengestaltung sowie Erhöhung der Verweildauer der Kundinnen und Kunden
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1992 (Eröffnung des Standorts Waiblingen in 2020)
Branche	Fahrrad-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	11
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Waiblingen
Anzahl Mitarbeitende	20
Verkaufsfläche in qm	1.000





Quelle



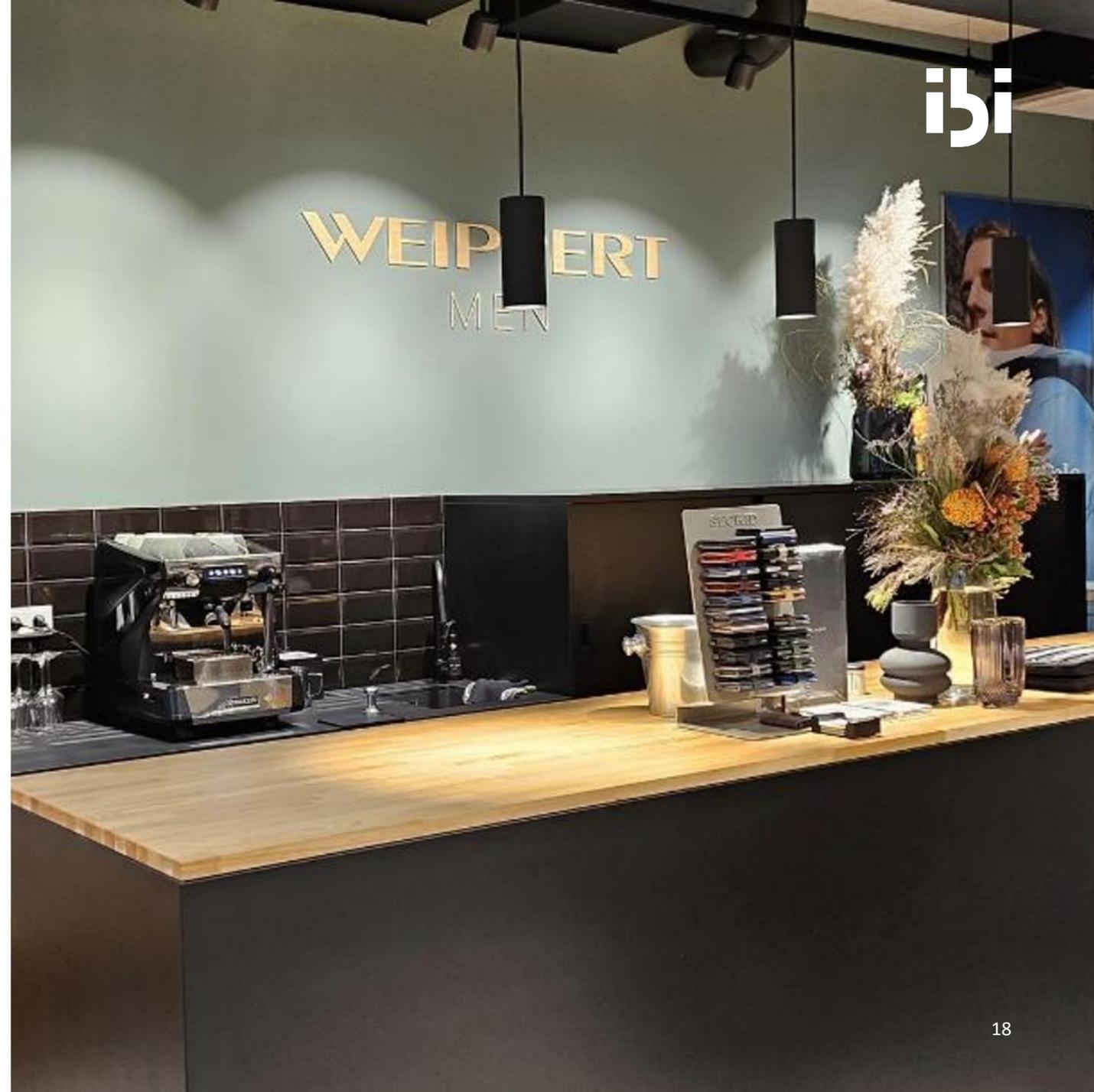
Weippert Mode e.K.

Erlebniskonzept	Aufbau eines neuen Herrenmodegeschäfts mit Wohlgefühlcharakter durch einen abgestimmten Warenmix . Passende Accessoires, Aktionsflächen, eine Lounge, Essen und Trinken sowie Points of Emotion .
Zielsetzung(en)	Durch die Verwendung natürlicher Materialien und die Einrichtung einer Kaffee-Ecke eine Wohlfühlatmosphäre schaffen, um die Verweildauer der Kundinnen und Kunden zu erhöhen. Der Ladenbau sollte so gestaltet werden, dass er der Kreislaufwirtschaft problemlos wieder zugeführt werden kann
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1901
Branche	Mode-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	3
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Rottenburg am Neckar
Anzahl Mitarbeitende	6
Verkaufsfläche in qm	350





Quelle



18



Kompetente Beratung

IDEEENWETTBEWERB

„EINKAUFSERLEBNISSE IM
STATIONÄREN EINZELHANDEL –
BEST PRACTICES FÜR
BADEN-WÜTTEMBERG“

Projektpartner & Unterstützer

Bettenhaus Alesi	
Erlebniskonzept	Schaffung dreier Konzeptflächen: <ol style="list-style-type: none">1. Schlaf & Gesundheit: akustisch wirksame Schallwände und Sichtschutz, Bestimmung der Schlafqualität2. Schlaf im Alter: barrierefrei, Simulationen wie Beleuchtungsszenarien, verstellbare Betthöhe3. Frau Holle 2.0.: Erlebnisbereich Bettdecke, Informationen zu Füllmaterial, Erleben mit allen Sinnen
Zielsetzung(en)	Kundengruppen individuell ansprechen und informieren
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1992
Branche	Möbel-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	1
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Schramberg
Anzahl Mitarbeitende	20
Verkaufsfläche in qm	450





Entdecken Sie die
technische Revolution

SENSOflex®

Liegediagnose 3D

TRAUM
WAS
SCHÖNES♥

Auswertung Seitenlage fest

Neue Vermessung
Ergebnis
Auswertung Rückenlage
Auswertung Bauchlage
Schlafsystem
soft
medium
extra fest

Unser empfohlener Härtegrad:
medium

Bewertung fest
Schulterlagerung: mangelhaft
Bandscheiben: belastet
Beckenlagerung: unzureichend



Die Eule

Erlebniskonzept	Einsatz einer App , die über das eigene Smartphone oder über im Laden bereitgestellte Endgeräte genutzt werden kann. In der App können sich Kundinnen und Kunden von zu Hause oder vor Ort über die Produkte (Holzspielzeug und Bücher) informieren und diese auf einer Merkliste speichern. Für offene Fragen bietet die App eine erste einfache Beratung.
Zielsetzung(en)	Darstellung von Produktinformationen, Steigerung des Kundenservices und der Beratungsqualität sowie langfristig eine Vernetzung mit anderen, lokalen Handelsunternehmen
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1980
Branche	Spielwaren-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	1
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Konstanz
Anzahl Mitarbeitende	4
Verkaufsfläche in qm	75





construction set

LE TOY VAN

LE TOY VAN

goki



Mijn Bauwiel
My Farm / My Farm
Mijn garage / A little farm

CRAZY
MOTORS

flexible puppet

goki

goki

goki

goki

goki

goki

goki

Dolls

Dolly
Dolls



Maiers Bettwarenfabrik GmbH & Co. KG

Erlebniskonzept	Passgenaue Ausstattung von Wohnmobil/Wohnwagen/Boot – von der Konfiguration über die Visualisierung bis hin zum Produktionsprozess und Versand. Einsatz verschiedener digitaler Komponenten wie einer Software zur Erfassung und Berechnung von Flächen sowie die Bereitstellung einer App zur Vermessung .
Zielsetzung(en)	Vermessungsfehler reduzieren und Kundinnen und Kunden die Unsicherheit nehmen, aufgrund von Messfehlern keine passende Matratze für ihr Wohnmobil, ihren Wohnwagen oder ihr Boot zu finden
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1997
Branche	Möbel-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	2
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Bad Boll
Anzahl Mitarbeitende	15
Verkaufsfläche in qm	1.000



MeasureMate

So funktioniert die App



SCHRITT 1

Quelle

MeasureMate

So funktioniert die App



SCHRITT 2

MeasureMate

So funktioniert die App



SCHRITT 3

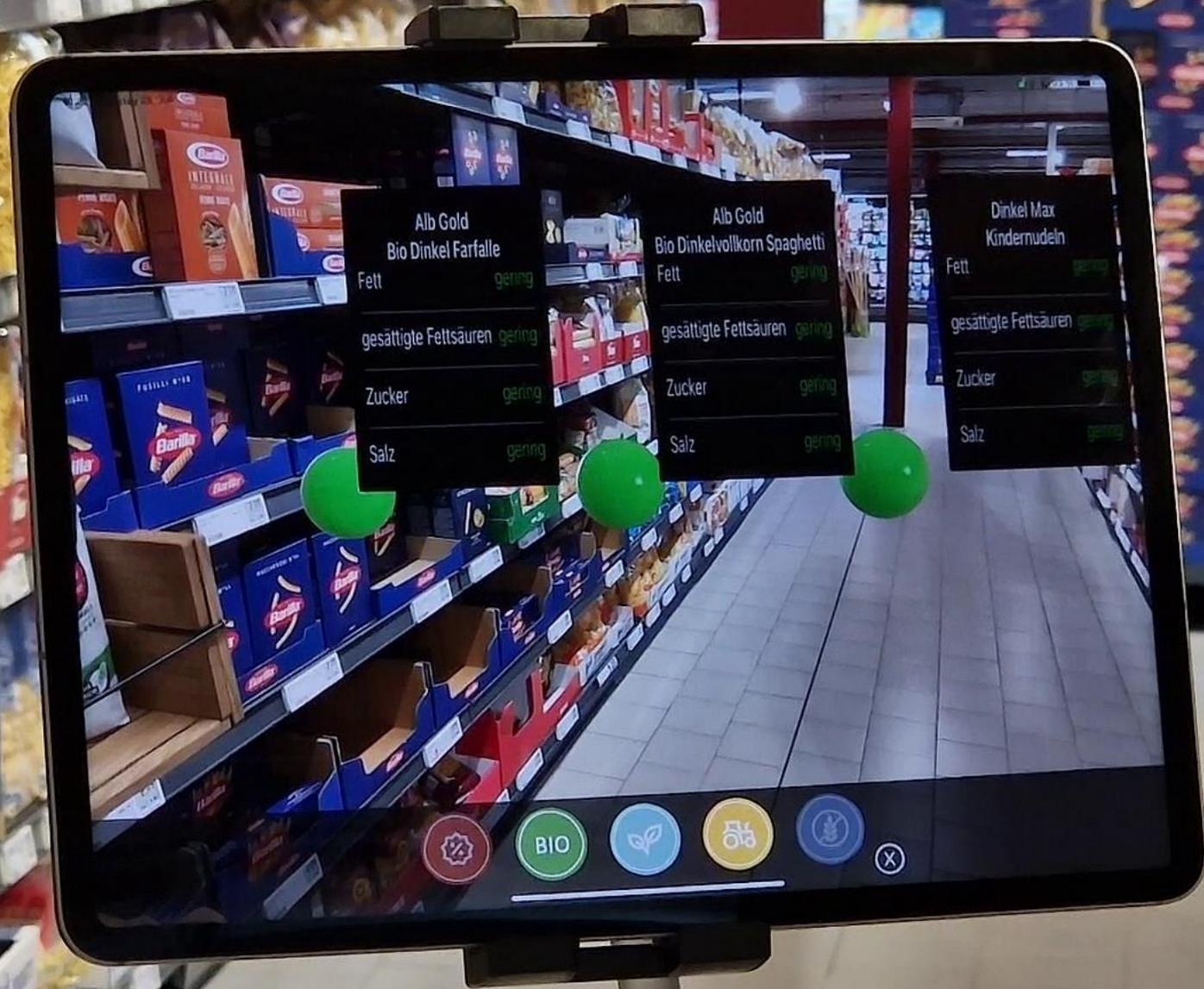
25

Individuelles AR-Einkaufserlebnis

V3Z GmbH

Erlebniskonzept	Entwicklung einer intuitiven und barrierearmen AR-App , die vor dem Regal Sortimentsempfehlungen und relevante Zusatzinformationen auf Basis eigener vorausgewählter Vorlieben ausgibt .
Zielsetzung(en)	Schaffung einer technischen Neuerung (First Mover) sowie eine langfristige Erhöhung des Kundenservices
Unternehmen	
Unternehmensgründung	2017
Branche	Lebensmittel-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	1
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Sindelfingen
Anzahl Mitarbeitende	60
Verkaufsfläche in qm	1.100







Digitale Regalverlängerung

IDEENWETTBEWERB

„EINKAUFSERLEBNISSE IM
STATIONÄREN EINZELHANDEL –
BEST PRACTICES FÜR
BADEN-WÜTTEMBERG“

Projektpartner & Unterstützer

Digitale Regalverlängerung und Retail as a Service

Schuh Kaufmann GmbH

Erlebniskonzept	Mit der „Digitalen Regalverlängerung“ bietet das Schuhhaus Herstellern die Möglichkeit, ihre Produkte auf einem kleinen Teil der Verkaufsfläche im Laden auszustellen. Das Schuhhaus übernimmt gegen eine Flächenmiete und eine Verkaufsprovision die Bewerbung und Beratung für die Hersteller.
Zielsetzung(en)	Hervorhebung der besonderen Kernkompetenzen „Kundenkontakt“ und „Beratung“ des stationären Einzelhandels gegenüber dem Online-Handel und optimierte Nutzung vorhandener Verkaufsfläche sowie Erweiterung des Angebots
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1923
Branche	Schuh-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	1
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Heilbronn
Anzahl Mitarbeitende	20
Verkaufsfläche in qm	700





ZETT, Ewald Zeilfelder

Erlebniskonzept	Digitalisierung des Schaufensters zu einem interaktiven Touchpoint per Kamera und Bewegungserkennung. Bereitstellung von Zusatzinfos zum Warenangebot und Dienstleistungen außerhalb der regulären Öffnungszeiten. Auf dem Bildschirm werden Waren in 3D gezeigt, die auch im Laden vorrätig sind; sie können gedreht werden, sodass eine Rundumsicht auf das entsprechende Produkt möglich ist.
Zielsetzung(en)	Potenziellen Kundinnen und Kunden das eigene Warenangebot sowie weiterführende Produktinformationen zu den entsprechenden Artikeln auch außerhalb der Öffnungszeiten anbieten
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1991
Branche	Mode-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	11
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Waldshut-Tiengen
Anzahl Mitarbeitende	10
Verkaufsfläche in qm	450







Veranstaltungen und Attraktionen

IDEENWETTBEWERB

„EINKAUFSERLEBNISSE IM
STATIONÄREN EINZELHANDEL –
BEST PRACTICES FÜR
BADEN-WÜTTEMBERG“

Projektpartner & Unterstützer

Florian Blumen	
Erlebniskonzept	Erschaffen der „ Florian Community “ im virtuellen und realen Raum zum Austausch, Lernen und nachhaltigen Leben. Erweiterung des Marketings durch gezielte Aktionen und die Nutzung der eigenen Social-Media-Kanäle.
Zielsetzung(en)	Erreichung neuer Zielgruppen sowie das Entwickeln einer Unternehmens-Community
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1996
Branche	Blumen-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	1
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Tübingen
Anzahl Mitarbeitende	8
Verkaufsfläche in qm	80

← florians_freunde
⋮

42 Beiträge

146 Follower

117 Gefolgt

Florians Freunde
Florist/in

Wir sind die Freunde von @florianblumen - Komm in unseren Blumenclub und erfahre von Workshops und Specials. 🌷 #Tuebingen
florianblumen.de/Impressum
florianblumen.de/
Metzgergasse 31, Tübingen, Germany 72070

Folgen
Nachricht
Kontakt
+8

Pop-Up Store!

Workshops

F Freunde

📅
📺
📷

Community-Bildung: Florian Community



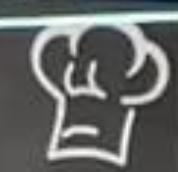
Möbelhaus Schmid GmbH

Erlebniskonzept	Gründung eines aus 15 Kundinnen und Kunden bestehenden Händlerbeirats . Austausch zu Themen wie Außenwahrnehmung, Werbung, Werbeslogans und Couponing-Aktionen. Die Impulse des Händlerbeirats fließen in direkte Maßnahmen und in die Schulungen von Mitarbeitenden ein.
Zielsetzung(en)	Die Bedürfnisse und Wünsche der Kundinnen und Kunden erfassen und besser verstehen, um sie bei unternehmensstrategischen und marketingpolitischen Entscheidungen berücksichtigen zu können
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1903
Branche	Möbel-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	1
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Sachsenheim
Anzahl Mitarbeitende	24
Verkaufsfläche in qm	3.600



KOL

- * G...
- * Sch...
- * Ofengemüse tyrolisch
- * Mungdal
- ☪☪☪
- * Geröstetes
- * Apfel-Spinat-Crema
- * Dattel & Honig



Event-Shopping: Trimm-Dich-Generator

TC Ingrid Buckenmaier GmbH & Co. KG

Erlebniskonzept	Gerade zur Weihnachtszeit ist das Modehaus aufgrund seiner Beleuchtung wohl eines der meistfotografierten Objekte in Crailsheim. Die Anschaffung eines „Trimm-Dich-Rads“ und eines Akkuspeichers sorgen dafür, dass die Beleuchtung mit nachhaltigem Strom aus eigener Herstellung gespeist wird.
Zielsetzung(en)	Einen positiven Impuls auf gesamtstädtischer Ebene erwirken und gleichzeitig große Aufmerksamkeit auf das Unternehmen ziehen
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1973
Branche	Mode-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	2
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Crailsheim
Anzahl Mitarbeitende	25
Verkaufsfläche in qm	5.000





GEMEINSAM BRINGEN WIR CRAILSHEIM ZUM STRAHLEN

Setz' dich auf's Rad und hilf uns, gemeinschaftlich umweltfreundliche Weihnachtsstimmung zu erzeugen.

Unsere Weihnachtsbeleuchtung ist auf 25% gedimmt. Sobald ihr radelt erzeugt ihr den Strom und der Lichtervorhang strahlt in seiner vollen Stärke!



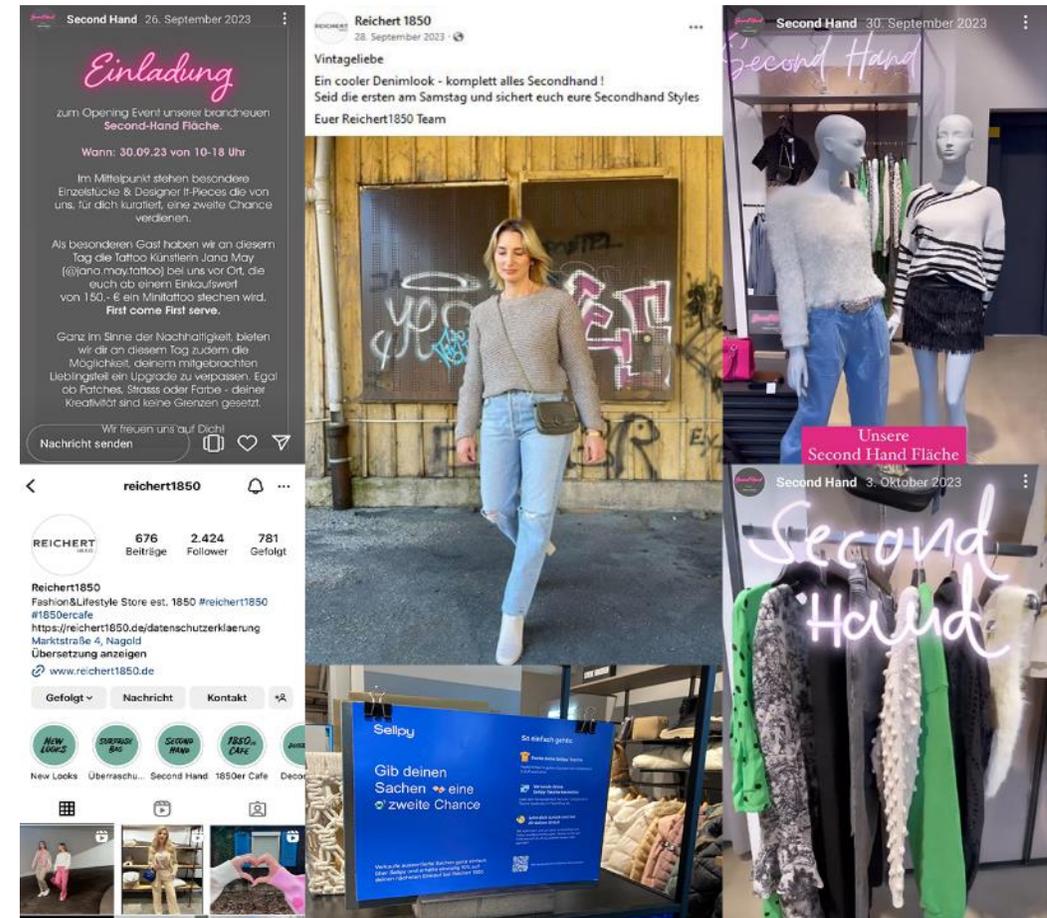
Erweiterte Services

IDEENWETTBEWERB

„EINKAUFSERLEBNISSE IM
STATIONÄREN EINZELHANDEL –
BEST PRACTICES FÜR
BADEN-WÜTTEMBERG“

Projektpartner & Unterstützer

Reichert Mode	
Erlebniskonzept	Integration einer Secondhandfläche mit ausgewählten Artikeln, die nicht überall zu finden sind. Dabei wird mit einem Kooperationspartner zusammengearbeitet, der im Online-Secondhandmarkt tätig ist.
Zielsetzung(en)	Neben dem ressourcenschonenden Wareneinsatz und der Erschließung neuer Kundinnen und Kunden soll mit diesem Angebot eine Brücke zwischen Off- und Online-Handel geschlagen werden
Unternehmen	
18	1850
Branche	Mode-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	1
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Nagold
Anzahl Mitarbeitende	25
Verkaufsfläche in qm	750





Korbmayer GmbH

Erlebniskonzept	Die angebotenen Artikel können nun direkt vor Ort mit dem eigenen Namen oder Geburtsdatum etc. individualisiert werden . Dazu kommen Stickmaschinen, Plotter, Foliermaschinen, Pressen und die Lasergravur zum Einsatz.
Zielsetzung(en)	Produkte durch die Personalisierung zu besonderen Produkten aufwerten und Kundinnen und Kunden gleichzeitig ein Live-Erlebnis beim Zuschauen des Personalisierungsvorgangs bieten
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1863
Branche	Mode-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	3
Erlebnisfiliale	
Umsetzung am Standort	Stuttgart
Anzahl Mitarbeitende	70
Verkaufsfläche in qm	1.500





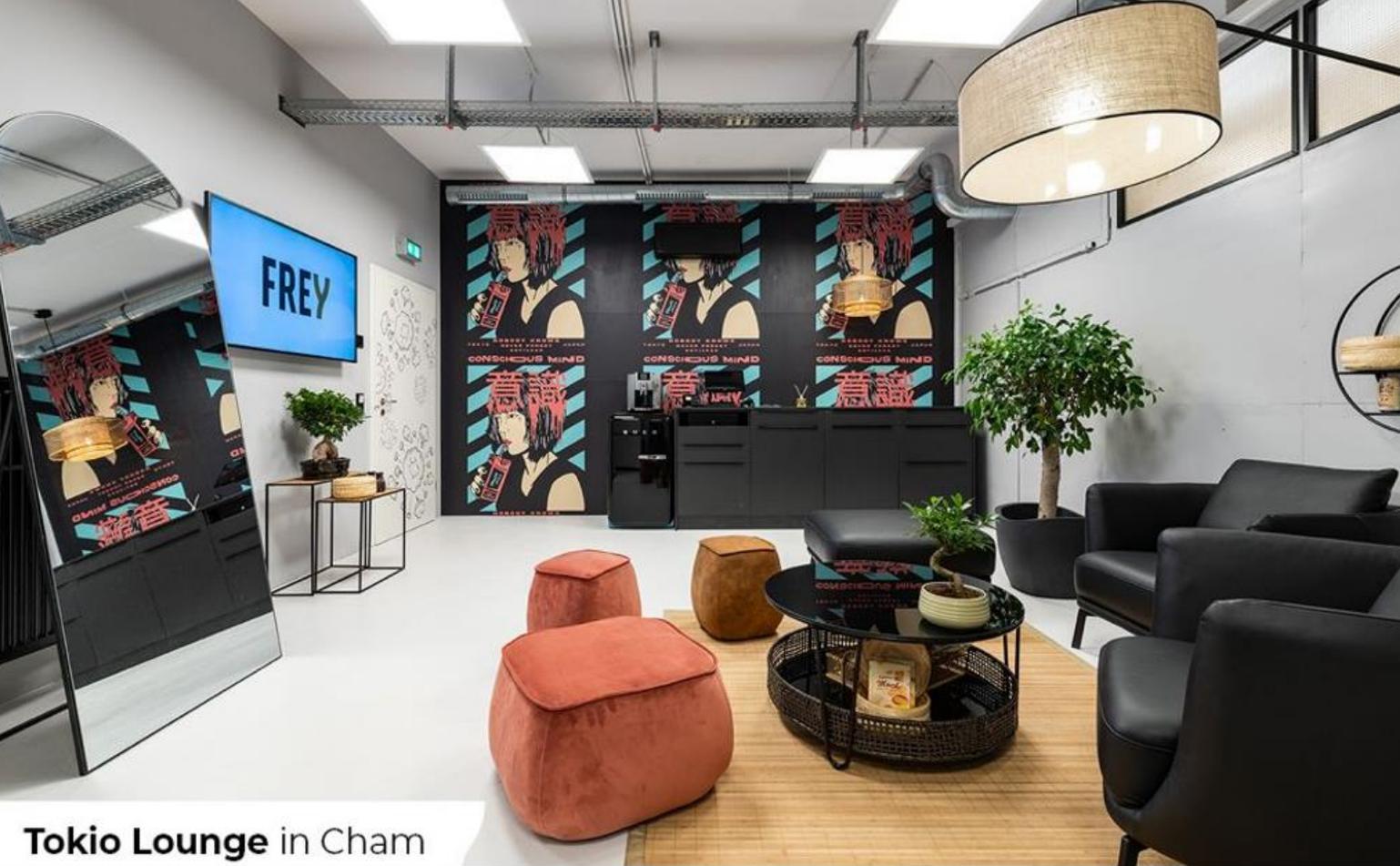
Parfümerie trifft Kaffeebar

Parfümerie Niendorf

Erlebniskonzept	Umbau zu einer Erlebnisparfümerie mit Beratungsplätzen für Make-up, Pflege und Düfte sowie Ergänzung um eine hochwertige Barista-Ecke.
Zielsetzung(en)	Eine modernere Einrichtung, die die Kundschaft zum Verweilen einlädt
Unternehmen	
Unternehmensgründung	1975
Branche	Parfümerie-Einzelhandel
Anzahl der Standorte	14
Erlebniszentrale	
Umsetzung am Standort	Albstadt
Anzahl Mitarbeitende	6
Verkaufsfläche in qm	130







Tokio Lounge in Cham



Schwan Lounge in Schwandorf



Kaitersberg Salon in Bad Kötzing



Man's Club in Cham



Blauer Salon in Marktredwitz



Gentlemen's Club in Marktredwitz

Bildquellen: <https://www.freyerleben.de/private-shopping-lounges>

Ihr Ein-Treff-Punkt

Information & Services

Unsere Service-Partner:





04

Fazit

Fazit

Erfolgsfaktoren

- Attraktive Ladengestaltung
- Kompetente Beratung
- Digitale Regalverlängerung
- Veranstaltungen und Attraktionen
- Erweiterte Services



A blurred background image of a meeting or conference. Several people are visible, with their hands raised in the air, suggesting an interactive session or a Q&A period. The image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

Fragen?



<https://ibi.de/veroeffentlichungen/2024/ibi-consumer-insights-2023>



Projektpartner & Unterstützer

<https://ideenwettbewerb-einzelhandel.de>



- 11.04.2024 | **17:00 Uhr** | [Ihr Weg zum Google Unternehmensprofil](#)
- 16.04.2024 | **17:00 Uhr** | [Google Unternehmensprofil – Nächste Schritte](#)
- 18.04.2024 | 08:30 Uhr | [Aus der Praxis: Mit Reels, Shorts und TikTok zu höherer Reichweite und Verkäufen – Anna Benz-Reichenauer \(benz reichenauer communication\)](#)
- 23.04.2024 | **17:00 Uhr** | [Einstieg in Social Media mit Instagram & TikTok](#)
- 30.04.2024 | 08:30 Uhr | [Was kostet das Bezahlen? – Die Payment-Kosten im Blick](#)
- und weitere: <https://www.stmwi.bayern.de/erfolgreich-handeln/veranstaltungskalender>

Über ibi research



-  1993 gegründet mit dem Ziel des Wissenstransfers in der Wirtschaftsinformatik zwischen Akademia und Praxis
-  Angewandte Forschung und Beratung in der Digitalisierung zweier Bereiche: Finanzdienstleistungen sowie Handel
-  Arbeit mit der Objektivität der Wissenschaft an den Anwendungen des Praktikers
-  Partnernetz von über 40 großen und kleinen Unternehmen
-  Ca. 20 Mitarbeiter vom erfahrenen Manager bis zum innovativen Doktoranden



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Galgenbergstraße 25

93053 Regensburg

Tel.: 0941 788391-0

E-Mail: erfolgreichhandeln@ibi.de





Simone Sauerwein



0941 788391-18



simone.sauerwein@ibi.de



ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Galgenbergstraße 25 93053 Regensburg



LinkedIn: www.linkedin.com/in/simone-sauerwein