



© Foto: Studio Jerry Gross, St. Gallen

Auf dem Weg ins Retail-Metaverse

Pünktlich zur Euroshop 2023 verrät der Handelsexperte Jons Messedat die aktuellen Trends im neuen *Retail Design International Vol 8*. Welche Rolle spielt das Metaverse? Wo treffen sich High-Tech und High-Touch? Was erwarten junge Konsument:innen? Mit Beiträgen, Umfragen und herausragenden Projekten gibt er Einblick. Hier ein Auszug:

High-Tech meets High-Touch

Durch die Konnektivität zwischen verschiedenen Kulturen, Technologien und Lebenswelten wird die Retail-Branche vielfältiger und experimenteller. Kreative Prozesse sowie analoge und digitale Elemente, die all unsere Sinne ansprechen, geben aktuelle Impulse für das Retail Design. Auf dem Weg ins Retail-Metaverse trifft High-Touch auf High-Tech. Gleichzeitig zeigen die Unwägbarkeiten der vergangenen Jahre, dass der freie internationale Handel zwischen Nationen und Kontinenten ein zerbrechliches Gut ist.

Zeitenwende – von der Krise zur Neuausrichtung

Die sich im Frühjahr 2022 abzeichnende Erholung der Retail-Branche konnte sich nach dem russischen Angriffskrieg gegen die Ukraine nicht fortsetzen. „Wir erleben eine Zeitenwende. Und das bedeutet: Die Welt danach ist nicht mehr dieselbe wie die Welt davor“, so Bundeskanzler Olaf Scholz in der Regierungserklärung zum Krieg vor dem Deutschen Bundestag am 27. Februar 2022 in Berlin. Seither sind internationale Handelsketten unterbrochen und die Verfügbarkeit von Energie und Rohstoffen ist eingeschränkt. Nachdem die

Pandemie bereits viele Unternehmen finanziell ausgezehrt hat, machen die steigenden Energiekosten und die inflationsbedingte Preisentwicklung sowohl den Händlern als auch der Kundschaft zu schaffen. „Für die Handelsunternehmen ist die schlechte Verbraucherstimmung eine große Herausforderung. Denn nach zwei extrem fordernden und für viele wirtschaftlich schwierigen Jahren der Pandemie müssen sie zudem auch im eigenen Betrieb mit den exorbitant steigenden Energiekosten zurechtkommen. Das überfordert viele und gefährdet unternehmerische Existenzen und Arbeitsplätze“, so beschreibt Stefan Genth, Hauptgeschäftsführer des Handelsverband Deutschland (HDE), die derzeitigen Unsicherheiten anlässlich einer aktuellen HDE-Studie im Börsenblatt.

Nachdem die Pandemie bereits viele Unternehmen finanziell ausgezehrt hat, machen die steigenden Energiekosten und die inflationsbedingte Preisentwicklung sowohl den Händlern als auch der Kundschaft zu schaffen.

Zwischenräume – Retail Design in-between spaces

Kundinnen und Kunden haben heute in fast allen Produktsparten die Wahl zwischen realen und virtuellen Plattformen. Vom Multi-, Omni-, Cross Channel bis zum Everywhere Commerce – viele dieser Wortschöpfungen umschreiben denselben Effekt: Es geht in Zukunft darum, auf allen Ebenen, ob räumlich oder medial, gleichermaßen präsent zu sein.

Zwischenräume mit Rückzugsmöglichkeiten und Orten zum Wohlfühlen können zu einem Ruhepol werden und leisten einen Beitrag zur Resilienz in der Post-Corona-Zeit.

Gleichzeitig keimt bei vielen Menschen tiefes Misstrauen gegen das digitale Universum und dessen allgegenwärtiger Vernetzung mit ihrem individuellen Leben auf. Auf der Reise ins noch unbekanntere Retail-Metaverse treffen Marken, Händler und Konsumierende dort aufeinander, wo sie sich zum jeweiligen Zeitpunkt aufhalten. Zwischenräume mit Rückzugsmöglichkeiten und Orten zum Wohlfühlen können zu einem Ruhepol werden und leisten einen Beitrag zur Resilienz in der Post-Corona-Zeit.

Mit dem bereits in den 1980er-Jahren vom Zukunftsforscher John Naisbitt geprägten Begriff High-Touch lässt sich das Zusammenwirken von haptischer Erlebnisqualität mit „echten“ Oberflächen im Zusammenspiel smart vernetzter Haustechnik beschreiben.

Die klassischen Bausteine für ein gesundes Raumklima sind unter anderem die Material- und Farbwahl, Licht und Sound sowie eine wirklich gute Luftqualität. Beispielsweise helfen authentische Oberflächen aus Holz, Naturfasern, mineralische und pflanzliche Farben sowie intelligente Belüftungssysteme dabei, Aerosole in der Raumluft zu reduzieren. Mit dem bereits in den 1980er-Jahren vom Zukunftsforscher John Naisbitt geprägten Begriff High-Touch lässt sich das Zusammenwirken von haptischer Erlebnisqualität mit „echten“ Oberflächen im Zusammenspiel smart vernetzter Haustechnik beschreiben. So begegnen sich High-Touch und High-Tech in Form multisensorischer Erlebnisse.

Aus dem Vorwort
von Jons Messedat



Retail Design International Vol. 8 – Components, Spaces, Buildings

Jons Messedat

Deutsch / Englisch

192 Seiten

Hardcover

Ca. 250 Fotos und Pläne

21 × 30 cm

ISBN 978-3-89986-387-1

Durch die Konnektivität zwischen verschiedenen Kulturen, Technologien und Lebenswelten wird die Retail-Branche vielfältiger und experimenteller. Gleichzeitig zeigen die Unwägbarkeiten der vergangenen zwei Jahre, dass der freie internationale Handel zwischen Nationen und Kontinenten ein zerbrechliches Gut ist. Handelsketten sind unterbrochen und die Verfügbarkeit von Energie und Rohstoffen ist eingeschränkt. Kreative Provisorien sowie analoge und digitale Elemente, die all unsere Sinne ansprechen, geben neue Impulse für den urbanen Handel. Auf dem Weg ins Retail-Metaverse trifft High-Touch auf High-Tech mit multisensorischen Erlebnissen.

[Leseprobe auf ISSUU.com](https://www.issuu.com/avedition)

Dr. Jons Messedat ist Architekt und Industriedesigner. Nach Stationen bei Sir Norman Foster in London und Berlin promovierte er an der Bauhaus-Universität Weimar zum Thema Corporate Architecture. Er lehrt das Modul Bau und Raum an der HAWK Hildesheim und ist Jurymitglied in Architektur- und Designwettbewerben.

EXPANDED SPACES:
FREE APP FOR DOWNLOAD

