

Retail as a „Luxury Circus“

Der Retail Markt: Schnell, dynamisch, vielseitig und komplex. Und besonders in den letzten Jahren wirken zudem noch weitere Umbruch- und Prozessbeschleuniger tatkräftig daran mit.

Der branchenübergreifende Paradigmenwechsel hat eine Zeitenwende im stationären und Onlinehandel eingeläutet. Die Retailer schauen aufmerksam in alle Richtungen. Bewährte Konzepte, die teils über Dekaden erfolgreich funktionierten, stehen auf dem Prüfstand als zu „old school“.

Neue Impulse und Inspirationen müssen her, um den vielfältigeren und deutlich anspruchsvolleren Anforderungen der Kunden gerecht zu werden. Marketingstrategen und Trendforscher lassen unaufhörlich Ideen sprudeln, gestalten und entwickeln neues, buntes und verrücktes, um generationsübergreifend die Zielgruppen zu erreichen. Ab und zu ähnelt das Ganze einem großen, lauten Zirkus, bei dem man gar nicht mehr so genau weiß, in welchem Teil der Manege gerade die Vorstellung stattfindet.

Umsatzstark, innovativ und offen für neues: Der Luxus-Retail sticht hierbei deutlich heraus, surft geschickt auf den Trendwellen und bleibt auch während der Krisen der Gewinner.

Doch wie funktioniert dieser „Luxury Circus“ eigentlich genau und was bedeutet Luxus für die unterschiedlichen Märkte und welchen generellen Wert hat Luxus in Zeiten von Corona, während des Ukraine-Kriegs oder in der Inflation? Wie gelingen fortwährende Innovationen, eklatante Umsatzsteigerungen und die Transformation zwischen den eigenen stationären Luxus Boutiquen an angesagten Standorten und den multiplen Online-Vertriebswegen?

Luxus bedeutet Bewegung in einem Marktsegment, in dem nicht Angebot und Preis die Nachfrage steuern, sondern Individualität, Exklusivität, Wertsteigerung sowie lange Wartezeiten die Begierde anfeuern. Wer entscheidet hier eigentlich darüber was exklusiv ist und welche Trends „en vogue“ sind? Und dann gibt es da noch die dunklen und kaum zu steuernden Absatzwege Dritter. Womit hat es der Luxus Handel jenseits der glamourösen Einkaufsstraßen zu tun?

Zu all diesen spannenden Fragen gibt es am 28. September im Trendforum Retail in Frankfurt Antworten. Dort präsentiert Prof. Dr. Bengt Hass, geschäftsführender Gesellschafter der m3 Retail – Concepts GmbH, die eindrucksvolle Entwicklung des Luxus-Retails in den letzten Jahren. Darüber hinaus gibt er anhand eigener Erfahrungen spannende und tiefe Einblicke.