



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement für
Umwelt, Verkehr, Energie und Kommunikation UVEK
Bundesamt für Strassen ASTRA



Fussverkehr Schweiz
Fachverband der Fussgängerinnen und Fussgänger
Mobilité piétonne
Association suisse des piétons



Fachtagung vom 18. Juni 2009 in Grenchen

Journée technique du 18 juin 2009 à Granges

Dr. Martina Kühne, Senior Researcher, Gottlieb Duttweiler Institut GDI

Trends im Handel – Hauptsache nah am Kunden

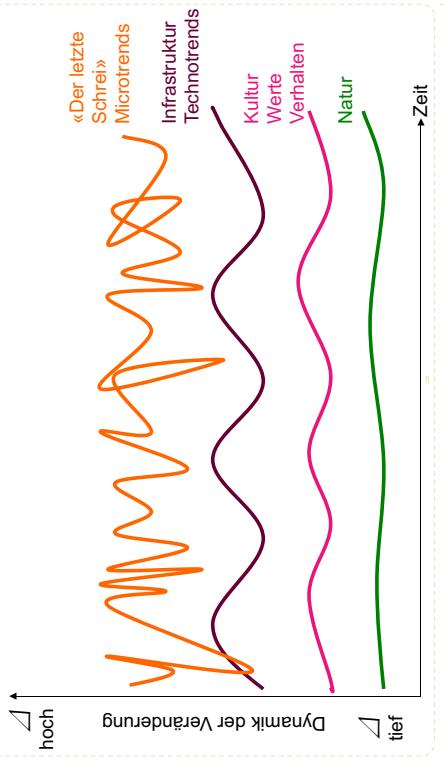
Tendance dans le commerce: être proche du client



Ist Grün das neue Schwarz?



Mehr als ein Hype?

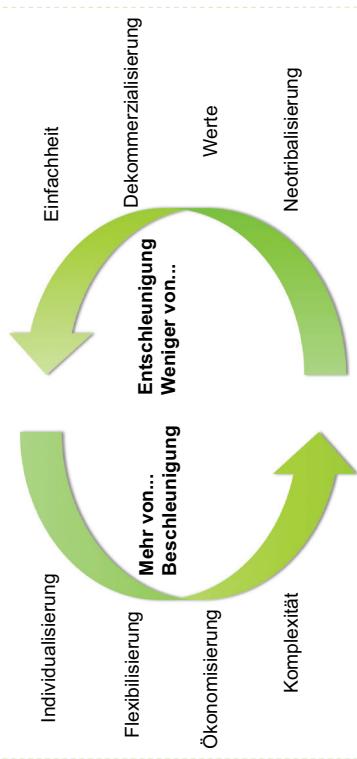


Inhaltsübersicht

- Megatrends und Gegentrends
- Nachhaltigkeit und Konsum
- Die Rolle des Einzelhandels

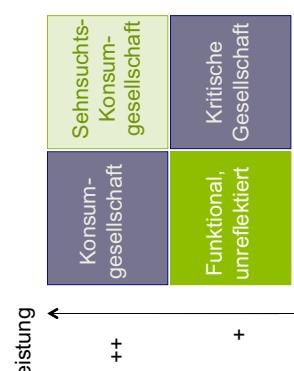


Megatrends und Gegentrends



Martha Kühne © www.gdi.ch

Ausdifferenzierung des Werterasums



■ 60/70er ■ 80/90er ■ Heute/Zukunft

Martha Kühne © www.gdi.ch

Nachhaltigkeit im Kontext der Megatrends

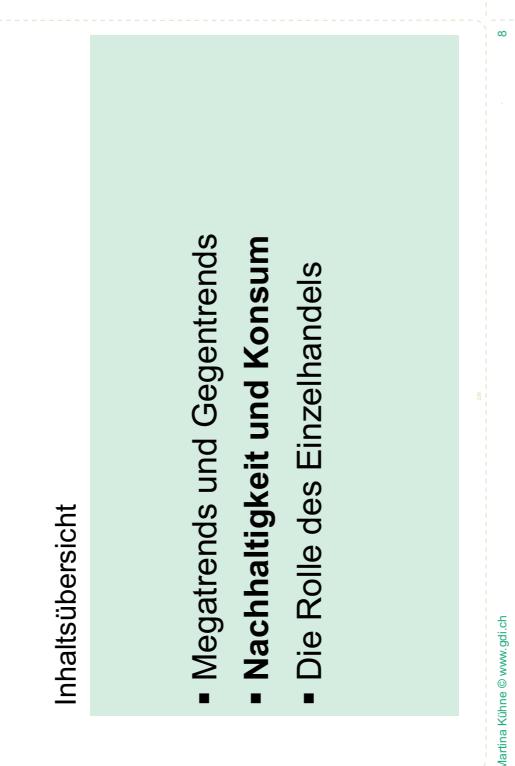


Martha Kühne © www.gdi.ch

Inhaltsübersicht

- Megatrends und Gegentrends
- Nachhaltigkeit und Konsum
- Die Rolle des Einzelhandels

Martha Kühne © www.gdi.ch



Martha Kühne © www.gdi.ch

Merkmale des ökologisierten Zeitgenossen

**It's not just about who you're wearing anymore.
It's about WHAT you're wearing.**

Be EcoChic is about being fashionable and responsible. It's realizing that we can live green without giving up our sense of style. Living eco can be chic.



Earth-Friendly.
Fashion-forward.

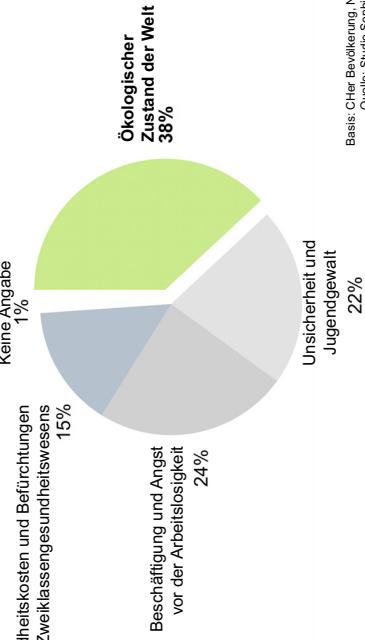
Martha Kühne © www.gdi.ch

Dem Gros der ökologisierten Zeitgenossen geht es nicht um ein politisches Projekt oder den Konsumverzicht, sondern um eine individuelle Lebenseinstellung, die Nachhaltigkeit und Konsum verbindet. Nach dem Motto: Konsum mit gutem Gewissen!

Martha Kühne © www.gdi.ch

Umweltsorgen bewegen die Menschen

Welches der folgenden 4 Probleme beschäftigt Sie heute am meisten?



Basis: Chier Bevölkerung N=1206
Quelle: Studie Sophia 2007

Martha Kühne © www.gdi.ch

Das Konzept der Nachhaltigkeit



Martha Kühne © www.gdi.ch

Der Druck aufs Auto steigt

- Ökologische Entwicklung
- Finanzielle Entwicklung
- Konjunkturelle Entwicklung
- Demografische Entwicklung
- Gesundheitliche Entwicklung
- Moralische Entwicklung



Martha Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege
Zurück zum Kunden



Volg
Der klassische Dorfladen

Marina Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege
Die neue Tante Emma



Fresh'n Friends, Berlin
UmDieEckeHierKrieglichAllesUndDasGanzFrischGeschäft

Marina Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege
Experimente mit der Nahversorgung



Marina Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege
Mobile Verkaufskonzepte



Volg
Das Fliegende-Händler-Prinzip

Marina Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege

Experimente mit der Nahversorgung



Marina Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege

Mobile Verkaufskonzepte



Volg
Das Fliegende-Händler-Prinzip

Marina Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege

Experimente mit der Nahversorgung



Marina Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege

Mobile Verkaufskonzepte



Volg
Das Fliegende-Händler-Prinzip

Marina Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege Die Rückkehr des Milchmanns



Marina Kühne © www.gdi.ch

Ansätze zur Verkürzung der Wege Neuartige Heimlieferdienste



Marina Kühne © www.gdi.ch

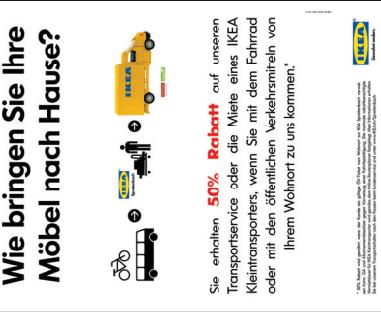
Ansätze zur Verkürzung der Wege Förderung alternativer Mobilitätsformen



Marina Kühne © www.gdi.ch

- ## Fazit
- ### Vom Verkäufer zum Dienstleister
- Nachhaltige Leistungsangebote gehen über den reinen Verkauf hinaus.
 - Der Verkauf von Produkten ist nicht mehr Selbst- und Endzweck, sondern Teil des Service-Pakets, das der Händler anbietet.
 - Innovative Verknüpfungen von Produkten mit neuartigen Dienstleistungen schaffen «Mehrwert».

Ansätze zur Verkürzung der Wege Förderung alternativer Mobilitätsformen



Marina Kühne © www.gdi.ch

- ## Fazit
- ### Vom Verkäufer zum Dienstleister
- Nachhaltige Leistungsangebote gehen über den reinen Verkauf hinaus.
 - Der Verkauf von Produkten ist nicht mehr Selbst- und Endzweck, sondern Teil des Service-Pakets, das der Händler anbietet.
 - Innovative Verknüpfungen von Produkten mit neuartigen Dienstleistungen schaffen «Mehrwert».

Ansätze für «neue» Orte



Zumftviertel Zollverein
Bündelungsansatz für Produzenten, Dienstleister, Handwerker und Händler

Martha Kühne © www.gdi.ch



Martha Kühne © www.gdi.ch