

## „Ideenpreis Immobilien für eine alternde Gesellschaft“

### Platz 1: Alt ist geil!!!

Autoren: Gina Beyer und Thomas Weniger

„Alt ist geil!!! Nein – Alt ist noch viel mehr! Alt ist Zukunft! Alt ist Potenzial! Alt ist einfach in aller Munde! Alt ist der Trend von morgen! Aber wer sind unsere Alten eigentlich? Wo gibt es sie? Wie viele gibt es von ihnen? Und am wichtigsten: was genau wollen sie?“

So, oder so ähnlich, könnte die provokante Version einer der wohl wichtigsten Fragestellungen des Einzelhandels lauten. Aber hat der Einzelhandel das schon verstanden? Wie sehen die notwendigen mittel- und langfristigen Anpassungsbedarfe und zukünftigen Konzepte des (deutschen) Einzelhandels für diese große Konsumentengruppe von morgen aus? Die vermeintliche Antwort ist einfach – Barrierefreiheit! Aber ist dies tatsächlich der (Haupt)Lösungsansatz für die heranalternde Generation der Silverager? Brauchen die „fitten Alten“ von morgen und übermorgen in erster Linie ebene Flächen, um eine Einzelhandelsfläche attraktiv zu finden? Sind es nicht vielmehr stark differenzierte Themen wie etwa Fitness, Mobilität, Nachhaltigkeit, technische Affinität, etc., die das Einkaufsverhalten stark prägen werden? Hat der Einzelhandel hierfür schon die richtigen Ideen? Dieser Frage gehen die beiden Autoren des vorliegenden Essays auf eine ganz spezielle Art und Weise einmal nach – mit Hilfe der Altersbrille.

07:00 Uhr, der Wecker klingelt – endlich, ich bin eh schon seit 06:15 Uhr wach. Habe bis gerade noch die aktuellen News auf meinem Tablet studiert. Irre, was schon wieder alles in der Welt passiert ist. Marc und Anne sind auch schon wach, haben direkt eine Frühstücksguppe bei WhatsApp gegründet. Konnte gerade noch online einen Frühstückstisch in unserem Lieblingscafé in der Silvermall reservieren, bevor es Zeit für meinen Morgensport wird. Marie, die Onlinetrainerin, weiß wirklich, was gut ist für mich.

09:00 Uhr, es ist immer dasselbe. Jetzt stehe ich hier voller Tatendrang an der Bushaltestelle, man will ja die Umwelt schonen, nur leider 5 Minuten zu spät. Der nächste Bus kommt erst in 2 Stunden. Hier auf dem Land funktioniert wirklich nichts mehr. Dann fahre ich halt doch mit dem Auto. Unterwegs funke ich Anne und Marc an, dass ich 10 Minuten später da bin, kein Problem – wir haben ja Zeit!

10:00 Uhr, na toll, kein überdachter Parkplatz mehr frei. Das war ja klar. Mein Geld soll ich hier ausgeben, aber ausreichend anständige Parkplätze waren nicht mehr drin. **Überdacht, schön breit, hell und mit rutschsicherem Belag sollte jeder Parkplatz sein. Und ein Leitsystem, damit man nicht so viel suchen muss. Mit gut lesbaren Schildern. Und eine Ladestation für mein Elektroauto wäre auch klasse.** Aber gut, ein Spaziergang durch einen Sommerregen ist ja auch schön.

10:15 Uhr, Puh, früher hätte ich nur 5 anstatt 10 Minuten für den Weg gebraucht. Ich sollte wohl doch noch etwas mehr Sport machen. **Laufbänder, wie die am Flughafen, sollte es hier geben.** Aber jetzt gibt's erstmal ein leckeres, gesundes Frühstück in der Bioscheune. **Die haben auch schöne kleine Portionen.** So viel, wie mit 20, esse ich schon lange nicht mehr.

11:45 Uhr, cool, Sophie und Peter haben wir auch noch spontan getroffen. Aber was sag ich, die zwei **wohnen ja praktisch in der City.** Aber jetzt geht's erstmal zum Sportladen.

12:30 Uhr, in so einem Laden war ich lange nicht mehr. Zum Glück gab es diesen jungen kompetenten Mann. **Der hat mich super beraten.** Neben der persönlichen Beratung gibt es hier **digitale Schilder, die dir nicht nur Angaben zum Produkt geben, sondern auch erklären, wofür sie einsetzbar und womit sie kombinierbar sind. Leider hatte der nette Berater die passenden Gesundheitsschuhe für mich nicht da. Aber kein Problem, er lässt sie mir nach Hause liefern.** Trotzdem ärgert mich das ein wenig. Für die jungen Leute gibt es so viel Auswahl, **nur meine Alternativen sind sehr begrenzt. Viele meiner Freunde bestellen deswegen nur noch online,** obwohl sie viel lieber mit unterwegs wären. Aber die bleiben meistens zu Hause. Ist ja auch anstrengend, Marc war mit Schuhe kaufen und ist ein wenig müde. Nun, **die zwei Bänke sind natürlich belegt. Wer baut bitte nur zwei Bänke auf weiter Flur, obwohl hier so viele von uns Älteren herumlaufen? Komisch!**

13:30 Uhr, na schau, da hatten wir ja doch noch ein Plätzchen gefunden – in diesem **digitalen Buchladen mit Café. Das ist spannend, man sitzt am Tisch und kann sich in Ruhe Leseproben auf sein Tablet ziehen. Zu blöd, jetzt habe ich meine Brille zu Hause vergessen – ich glaube, ich werde alt. Zum Glück haben die hier Displays, die auf Zuruf die Schrift vergrößern. Und mit Sophie, die sieht nicht mehr so gut, redet das Teil sogar auf Knopfdruck. Und meinen frisch gepressten Saft kann ich hier gleich mitbestellen. Irre, die kommen so echt mit einer netten Bedienung aus.**

13:45 Uhr, Marc und Anne sind nach Hause gegangen. **Ich treffe jetzt Carl, denn ich bin seit einem Monat ehrenamtlicher Socialguide. Carl braucht etwas mehr Unterstützung im Alltag, möchte aber trotzdem nicht ständig zu Hause rumhängen. Also treffe ich mich zweimal in der Woche mit ihm zum Einkaufen und Quatschen. Er bucht mich einfach über die Onlineplattform, die von verschiedenen Einzelhändlern der Stadt betrieben wird. Geile Sache!**

15:40 Uhr, **so ein Tag auf den Beinen ist schon anstrengend! Gut, dass es zur Unterstützung und für die kurzen Wege im Center und der City diese praktischen Elektrogefährten gibt.** Mit diesen kleinen kombinierbaren Steh-Rollern kommst du bequem von A nach B. Dabei hast du aber **die Möglichkeit dich zu setzen, wann immer dir danach ist** und per App sind sie schnell lokalisier- und buchbar.

17:00 Uhr, puh der Tag ist ja schon fast um! Jetzt noch fix einkaufen. Manchmal nutze ich diesen super Service der Mall. **Dabei drücke ich einem Einkäufer meinen Einkaufszettel in die Hand oder sage ihm, was ich brauche,** während ich ganz entspannt im Café mit den anderen rumhänge. **Er erledigt dann alles und bringt mir später, wenn ich es möchte, die kompletten Einkäufe sogar bis in die Küche.**

**Und wenn ich dann mal nicht weiß, was ich kaufen will, gibt es diese einfallreichen digitalen Rezeptberater. Die gehen nicht nur auf meine Allergien und Krankheiten ein, sondern sagen mir auch gleich, wo im Laden ich die Sachen für die Rezepte finde.**

**Voll innovativ sind auch die kleinen Teile, die sich merken, was ich zuletzt eingekauft habe. Die erinnern mich auch daran, was in meinem Kühlschrank fehlt, da diese mit dem Kühlschrank gekoppelt sind. So kann ich auch nichts mehr vergessen!**

**Zum Glück gibt es mittlerweile auch deutlich mehr Single-Packungen.** Die sind nicht nur leichter zu transportieren, sondern tun auch der Umwelt Gutes, da ich nicht mehr die Hälfte wegwerfe! **Auch dieses lose Bulk-Food ist super. Da kauf ich genau die Menge die ich wirklich brauche!**

18:30 Uhr, Mensch, der Tag heute ist doch tatsächlich schon wieder verflogen. Jetzt schnell nach Hause, die Einkäufe wollen in den Kühlschrank gepackt werden. Dann wartet da auch schon Jamie, der Online-Koch mit diesen leckeren Rezepten, die jung, knackig und fit halten.

Auf dem Weg zum Auto treffe ich am Ausgang noch Maike, die leider kein Auto hat. **Aber dank dem Center-Shuttle hat auch sie die Möglichkeit, bequem zur Silvermall zu gelangen, ohne auf den ÖPNV angewiesen zu sein. Viermal am Tag fährt dieser das Umland und die umliegenden Seniorenresidenzen an.** Das nenn ich mal Luxus und gerade für uns Alte ist das hervorragend!

21:00 Uhr, Zeit für die Abendnachrichten. Was so alles in dieser Welt passiert, diese ganzen Hightech-Sachen, einfach unglaublich. **Morgen werden meine Schuhe geliefert. Punkt neun, damit ich nicht den ganzen Tag zu Hause warten muss. Sollte sich der Postbote verspäten, schickt er fix eine WhatsApp-Nachricht, damit ich Bescheid weiß.** Einfach praktisch.

22:00 Uhr, der Tag neigt sich dem Ende entgegen. Anstrengend, wenn man den ganzen Tag unterwegs ist. Aber lieber so, als andersherum und morgen werde ich Gitta und Klaus in der Altersresidenz besuchen. Mal sehen, was die so über ihren Tag erzählen werden!

Der Blick durch die Altersbrille soll die Bedürfnisse und damit einhergehenden Anpassungen insbesondere an den Einzelhandel verdeutlichen. Der (deutsche) Einzelhandel ist bereits auf einem guten Weg, sich den Herausforderungen der heranaltenden Generationen zu stellen. Nicht nur die Frage online oder stationär, sondern auch die Ansprüche an die Einzelhandelsimmobilien sind weitestgehend schon heute im gesonderten Focus. Aus unserer Sicht heraus werden die signifikantesten Anpassungen mittels Dienstleistungen erfolgen. Diese werden auch für die Abgrenzungen der verschiedenen Einzelhändler von immenser Bedeutung sein. Der Marktplatz von Einst wird durch moderne Einkaufsstätten abgelöst. Hier treffen sich die Silverager, weg von der immer stärker zunehmenden Einsamkeit, hin zur Geselligkeit. Der Lebensmittelpunkt wird verlagert. Die technische Affinität eines jeden Einzelnen wird auch im Einzelhandel immer weiter in den Fokus rücken, dabei aber auch den persönlichen Berater nicht außer Acht lassen.

Und was genau ist nun die Idee? Die EINE IDEE gibt es nicht! Die Idee ist vielmehr, dass sich der Einzelhandel, insbesondere unter dem Aspekt der (digitalen) Dienstleistung, mit seiner zukünftigen Kundengruppe proaktiv auseinandersetzen sollte. Anregungen wurden gegeben, Antworten haben aber nur sie: unsere Alten!

**Über die Autoren:** Gina Beyer hat an der BTU Cottbus Stadt- und Regionalplanung studiert. Thomas Weniger studierte Wirtschaftsgeografie an der RWTH Aachen. Beide sind im Immobilienbereich eines Einzelhändlers tätig.

## **Sonderpreis: Konzept "Meine Stubeninsel – ein physisches soziales Netzwerk im Einzelhandel"**

Autoren: Dorothea Huzarski, Olaf Gäth, und Bart Gorynski

Um praktikable Impulse für eine Strategie im Umgang mit den Herausforderungen der gesellschaftlichen Alterung für den Einzelhandel zu setzen, hat sich ein interdisziplinäres Team aus den Bereichen Altenpflege, Gesundheitswesen und Immobilienwirtschaft zusammengefunden. Das Ergebnis des Ideenfindungsprozesses wurde als Konzept „Meine Stubeninsel – ein physisches soziales Netzwerk im Einzelhandel“ – verarbeitet. Das Konzept beinhaltet zwei wesentliche Bestandteile. Zum einen eine durch den Einzelhandel initiierte digitalisierte Plattform im Sinne eines sozialen Netzwerks und zum anderen einen der digitalisierten Plattform angebotenen, physischen Treffpunkt im Einzelhandel vor Ort. Ziel des Konzeptes ist es, über das reine Käuferlebnis hinaus eine tiefgreifende emotionale Bindung zwischen Kunden und dem Einzelhandel zu kreieren, indem das Konzept nicht nur auf geriatrisch eingeschränkte mobile oder immobile Kunden eingeht, sondern einen generationsübergreifenden gesellschaftlichen Nutzen schafft.

Auch wenn das Alter die Anzahl der von Einschränkungen betroffenen Kunden erhöht und somit durch den demografischen Wandel in Deutschland die Herausforderungen im Einzelhandel beschleunigt werden, möchten die Autoren das Merkmal „Alter“ in dieser Ausarbeitung aufweichen, da Anpassungsbedarfe durch körperliche Einschränkungen altersunabhängig zu betrachten sind. Aus diesem Grund findet in dieser Ausarbeitung eine Aufteilung in **A. Mobile Kunden** und **B. Immobile Kunden** sowie eine Unterteilung in 1. Anpassungsbedarfe an der Immobilie und 2. Anpassungsbedarfe im Service statt. Im letzten Schritt unter **C. Verknüpfung zu einem Konzept** werden die Komponenten zusammengeführt. Zudem wurde eine Befragung unter 88 Probanden vorgenommen, welche unter **D. Ergebnis der Befragung 88 Probanden auf Parkplätzen vor Lebensmittelläden** dargestellt wird.

### **A. Mobile Kunden**

#### 1. Anpassungsbedarfe an der Immobilie

Bei den Anpassungsbedarfen an der Immobilie werden Maßnahmen aufgezählt, die nach Ansicht der Autoren noch nicht oder nur geringfügig im Einzelhandel umgesetzt worden sind. Maßnahmen wie Schwellenlosigkeit oder die Notwendigkeit breiterer Gänge werden als gegeben und der Allgemeinheit bekannt angenommen und sind somit nicht Teil der aufzuzählenden Anpassungsbedarfe in dieser Ausarbeitung.

Breitere Stellplätze, markierte Gehwege im Parkbereich sowie montierte „Rollstopper“ am Boden vor dem jeweiligen Parkplatz, um den Einkaufswagen „rollfest“ während des Beladens zu parken, können den Kunden Sicherheit und Komfort bieten.

Die Integration einer langsamen elektrischen Rollbahn wie in Flughäfen, könnte mobil eingeschränkten Personengruppen von Nutzen sein. Zusätzliche Sitzgelegenheiten auf der Rollbahn würden den Nutzen für mobile, jedoch eingeschränkte Kunden steigern. Der Einzelhandel könnte die Rollbahnen in sein Konzept integrieren und an den Rollbahnen Fächer mit Impulsware sowie diskrete Werbefläche montieren.

Eine Beschilderung mit größeren Buchstaben, Altengerechte Beleuchtungssysteme, Zusatzbeschilderung auf Sichthöhe von Rollstuhlfahrern sowie in Sitzhöhe erreichbare Regale durch mechanische innovative Regalsysteme sind kundenorientierte und notwendige Maßnahmen. Während farblich abgegrenzte Bereiche und das Aufstellen von abstrakt visualisierten Standortkarten in der Immobilie der Orientierung dienen, steigert ein Mehr an Sitzgelegenheiten und zusätzliche Toiletten das Wohlbefinden.

Lupe und Notizzettelsystem an Einkaufswagen, höhere Einkaufswagen die als Abstützmöglichkeit dienen, Einkaufswagen mit elektrischer Rollatorfunktion und Stellfläche erleichtern den Einkauf.

## *2. Anpassungsbedarfe im Service*

Die Etablierung einer „Stubeninsel“, bestehend aus einem Ruhebereich „Stube“ und einem Treffpunkt „Insel“, könnte einen gesellschaftlichen generationsübergreifenden Nutzen schaffen. Ältere Mitbürger würden nicht nur den Ruhebereich, welcher mit bequemen Sesseln inklusive Musikkopfhörer und Farbtherapie ausgestattet ist, zur Entspannung nutzen, sondern auch die „Insel“ als Treffpunkt und Pendant zum „Arztbesuch aus Kommunikationsgründen“ verstehen.

Der Treffpunkt (die „Insel“) beinhaltet eine Trinkstation (Verkauf von Wasser, Kaffee, etc.), es findet eine Verteilung abgestimmter Gratisproben statt und Partnerschaften mit wechselnden Anbietern und Informationsgebern zum Thema Physiotherapie, Altenpflege, Krankenhaus, Wohlfahrtsverband, Modelinie (groß und bequem) sowie Bedienungsschulung von digitalen Geräten würden die Dienstleistungsebene erweitern.

Ein Messservice für Vitalwerte und die Unterstützung bei der diabetischen Einstellung dient der Vorsorge der Blutzuckerentgleisung und schafft Sicherheit für Kunden mit entsprechender Einschränkung. Eine angebundene Terminvermittlung für die ambulante Vorstellung oder einer Gesundheitsvorsorge erweitert den Servicegedanken.

Zusätzlich dient die Stubeninsel als Werbestation für mobile Serviceleistungen aus der Umgebung. Fußpflegedienstleister, mobile Friseure, Berater für Behördengänge und Vermieter seniorengerechter Wohnungen können sich so mit dem Einzelhandel vernetzen und eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten erwirken.

Im Treffpunkt-Bereich haben Familien die Möglichkeit zur Abgabe ihrer Kinder in eine registrierte Betreuung. Rentner können unter geschulter Aufsicht hier bei der Beaufsichtigung unterstützen und erhalten durch ein Verrechnungssystem Punkte, welche normalerweise die Familie für den Einkauf erhalten hätte. Hierdurch können Familien in Ruhe einkaufen, während Rentner die Punkte wiederum für ihren zukünftigen Einkauf verwenden dürfen. Bei geringer Rente wird neben dem gesellschaftlichen Nutzen auch ein geldwerter Ausgleich für die Unterstützung geleistet. Die erhaltenen Punkte können jedoch auch für die Stiftung von Spielzeugen oder nach Freigabe der Eltern auch für Lebensmittel (Obst, Getränke, Eis, etc.) im Treffpunkt-Bereich für die Kinder genutzt werden. Eine Freigabe für die Kinder kann durch die Eltern digital im Vorfeld oder von unterwegs per App bestimmt werden. Rentner blühen bei Kindern auf, was deren Lebensqualität sowie emotionale Bindung zum Einzelhandel steigert.

Es ist wesentlich, dass das Personal für den Umgang mit Kunden mit Geriatrie, leichter kognitiver Beeinträchtigung, Demenz und körperlichen Beeinträchtigung geschult wird.

Im Kassenbereich sorgt ein Pack- und Bring-Service nach Hause oder zum Auto (siehe oben Option „warenloser Einkauf“) für Entlastung der Kunden. Der Packer bzw. Bringer kann ehrenamtlich sein und erhält durch das Verrechnungssystem Punkte.

Ein Verleih zur Mobilität mit Rollatoren, elektrischen Rollatoren ohne Stellfläche (Gehunterstützung), elektrischen Rollatoren mit Stellfläche, Elektromobile (mit Sitzfläche) erhöht die Mobilität eingeschränkter Kunden. Der Verleihbereich dient auch zur Registrierung der ehrenamtlichen Akteure (Packer; Bringer; Betreuung unter Aufsicht).

Die oben genannten Anpassungsbedarfe mobiler Kunden beziehen sich auf die uns bekannten Modelle des Einkaufens. Die Autoren glauben ebenso an ein Potenzial für ein Einkaufsladen-Nischenprodukt in kostenintensiven Innenstädten mit folgenden Eigenschaften:

- Selbstständige Bestellung durch Bedienung eines stationären Touchscreen-Monitors an der Gebäudefront
- Vollautomatisiertes Innenleben am Beispiel der Logistikbranche (Laufbandsystematik wie im Versand)

- Digitalisierung von Warenbestand, Ablaufdatum und deren systematisierte Nachbestellung
- 24/7 Öffnungszeit
- Ausgewähltes Sortiment und wichtige ToGo Artikel
- Automatisierte Warenausgabe über Laufband
- Automatisierung und Digitalisierung führt dazu, dass Servicepersonal vor Ort minimiert werden kann

## B. Immobiler Kunden

### 1. Anpassungsbedarfe in der Immobilie

Alle oben unter A.1. beschriebene Maßnahmen können den Status „Immobilien Kunden“ verwässern und zu mehr Mobilität führen. Für den Kundenbereich, welcher trotz der Maßnahmen immobil bleibt, wurden folgende Anpassungsbedarfe im Service *erarbeitet*:

### 2. Anpassungsbedarfe im Service

Mit der Wohnungswirtschaft als Partner dient ein organisierter Shuttleservice von Wohnquartieren und Pflegeheimen zum Einzelhandel für mehr Mobilität. Der Fahrer kann ehrenamtlich sein und bekommt durch das Verrechnungssystem Punkte.

Eine digitale Plattform in Form eines digitalen „Eiermanns“ (Verknüpfung Tradition und Moderne) dient als soziales Netzwerk in welchem ein „Kaufzettel“ mit Wohnort und Zeitraum hinterlegt werden kann. Dieser Kaufzettel kann durch eine andere Person im Netzwerk angenommen und erledigt werden. Die ausführende Person bekommt durch ein Verrechnungssystem entsprechend Punkte.

Die Dienstleistungen für Belange immobiler Kunden (siehe Pendant in der Stubeninsel) werden auf der digitalen Plattform kommuniziert. Die digitale Plattform beinhaltet einen Bereich zu „Gesichtern des angebundenen lokalen Einzelhandels“, Zeiten des Shuttleservice, ein Angebot zu Fahrgemeinschaft durch andere Kunden sowie einen virtuellen Einkaufsladen (mit und ohne 3D Funktion).

## C. Verknüpfung zu einem Konzept

Die Zusammenführung des digitalen sozialen Netzwerks und des physischen sozialen Netzwerks (Stubeninsel) wird zum Bindeglied zwischen mobilen und immobilien Kunden sowie zwischen verschiedenen Generationen der mobilen Kunden. Der Be-

griff „Stubeninsel“ verbindet die Tradition „Stube“ mit der Moderne „Insel“ und symbolisiert als Phantasiewort die generationsübergreifende Komponente.

Die Digitalisierung ermöglicht gezielte Werbung und erhöht das Sicherheitsgefühl, wobei der Grundsatz Sicherheit  $\neq$  Kontrolle gilt. Der Einsatz von Bundesfreiwilligendienst im soziales Jahr oder Sozialverbänden optimiert die Qualität und Quantität von Serviceangeboten. Der Handel übernimmt gesellschaftliche Verantwortung und schafft gleichermaßen gesellschaftlichen Nutzen.

Als integriertes Netzwerk wird ein Gefühl von Exklusivität, Vertrauen, Sicherheit, Bindung und Loyalität erwirkt und ein Fundament für ein funktionierendes wachsendes Organismus gebildet. Das Netzwerk kann auch zum Zelebrieren als Marketinginstrument verwendet werden, indem z.B. ein Award für den aktivsten ehrenamtlichen Punktesammler nach Verrechnungspunkten in den Bereichen Bring-Service, Pack-Service, Shuttleservice, Betreuungshelfer unter fachlicher Aufsicht jährlich vergeben wird. Die Online-Plattform ermöglicht das Kommunizieren zwischen mobilen und immobilen Kunden.

## D. Ergebnis der Befragung 88 Probanden auf Parkplätzen vor Lebensmitteläden

Abbildung 2: Anzahl der befragten Probanden nach Alter

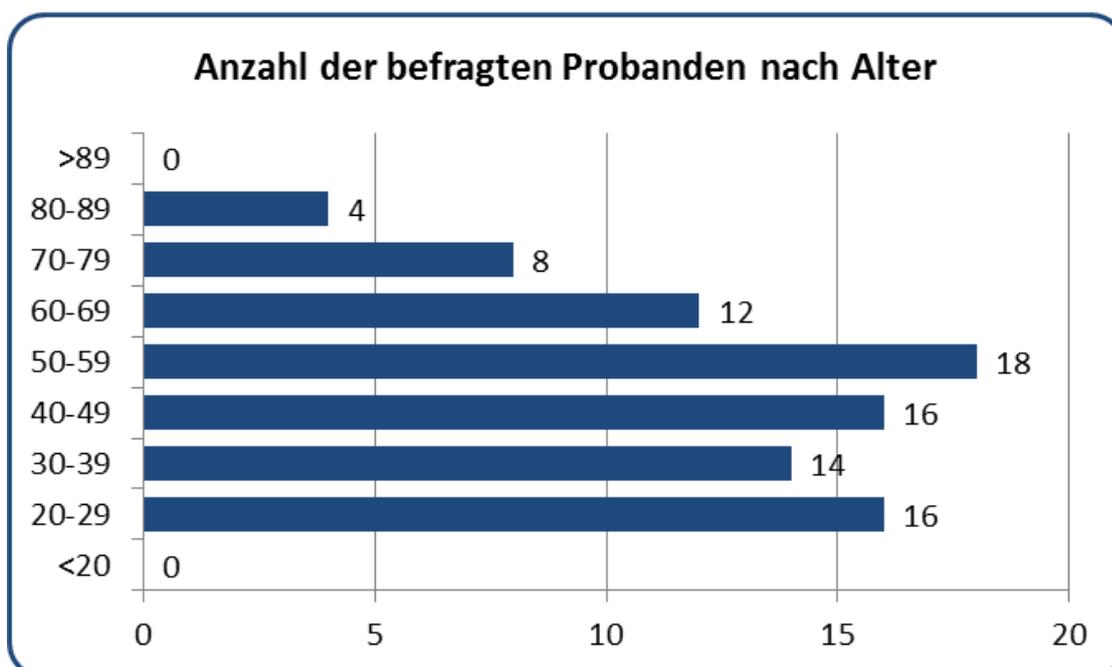


Abbildung 3: Wichtigkeit von Anpassungsbedarfen an der Immobilie – Außenbereich

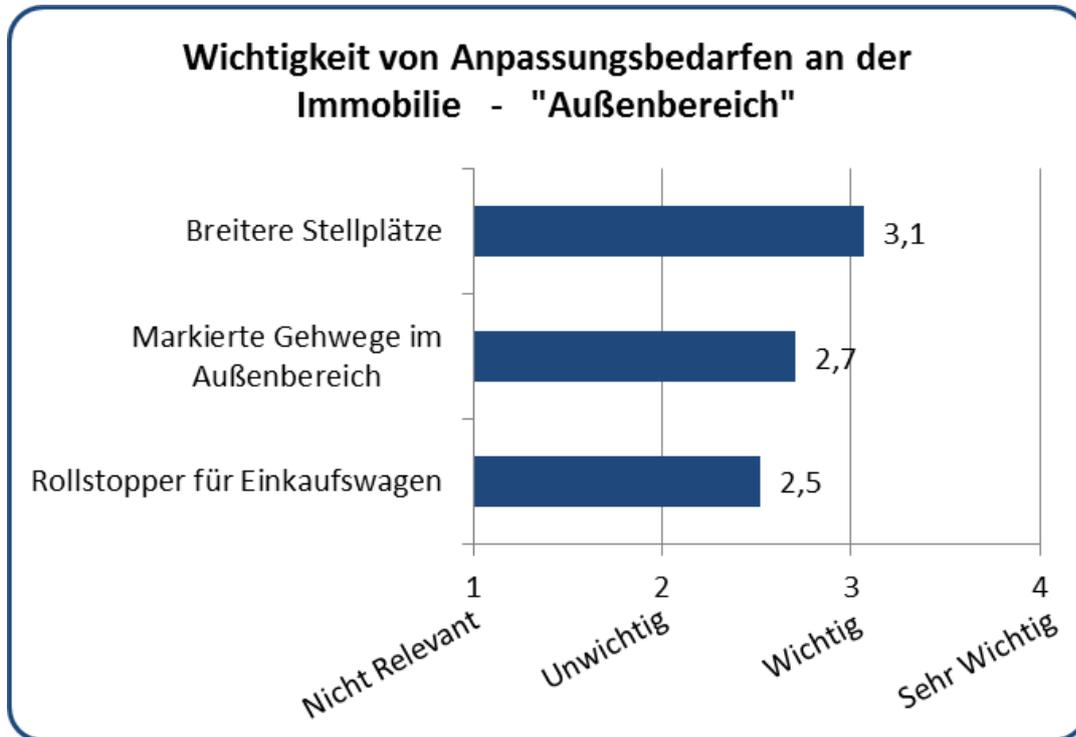


Abbildung 4: Wichtigkeit von Anpassungsbedarfen an der Immobilie - Innenbereich

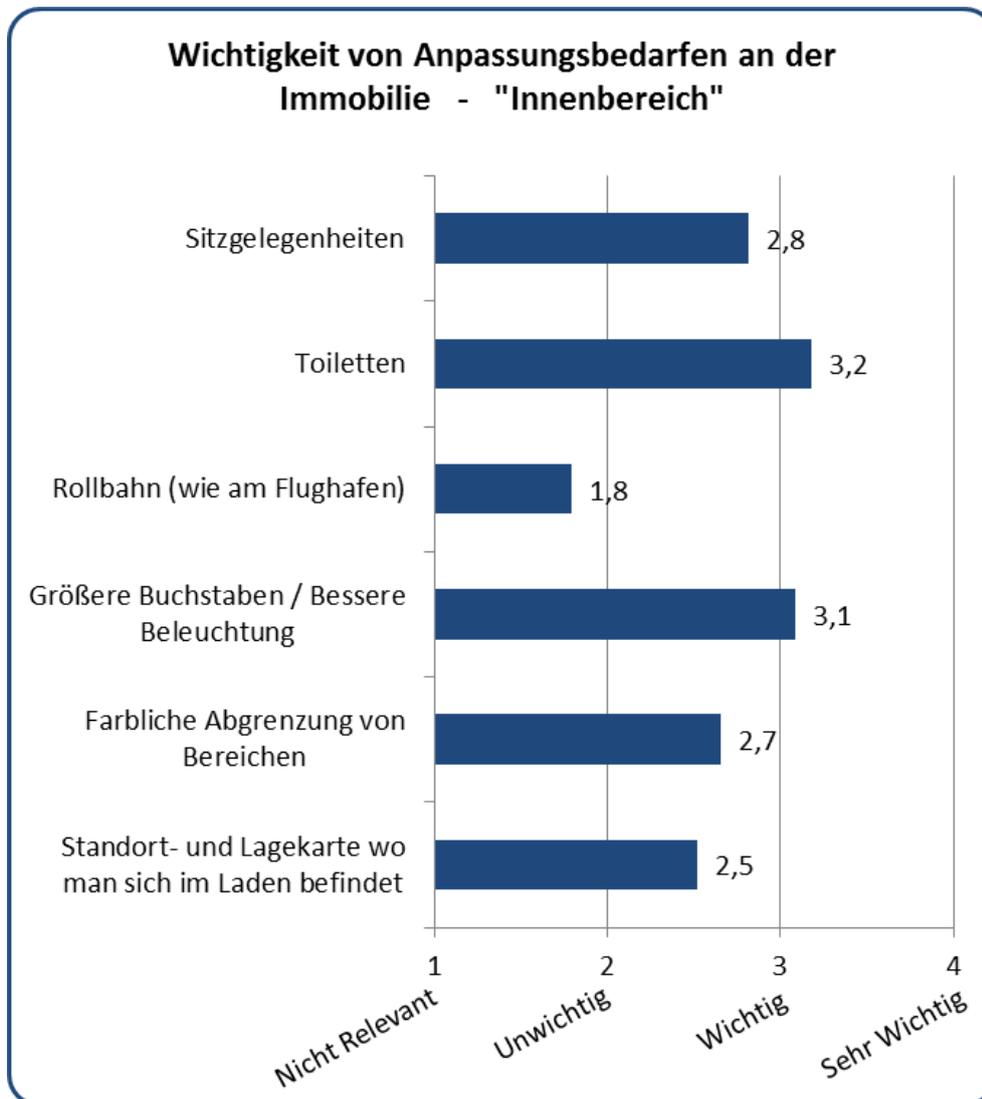


Abbildung 5: Wichtigkeit von Anpassungsbedarfen im Service

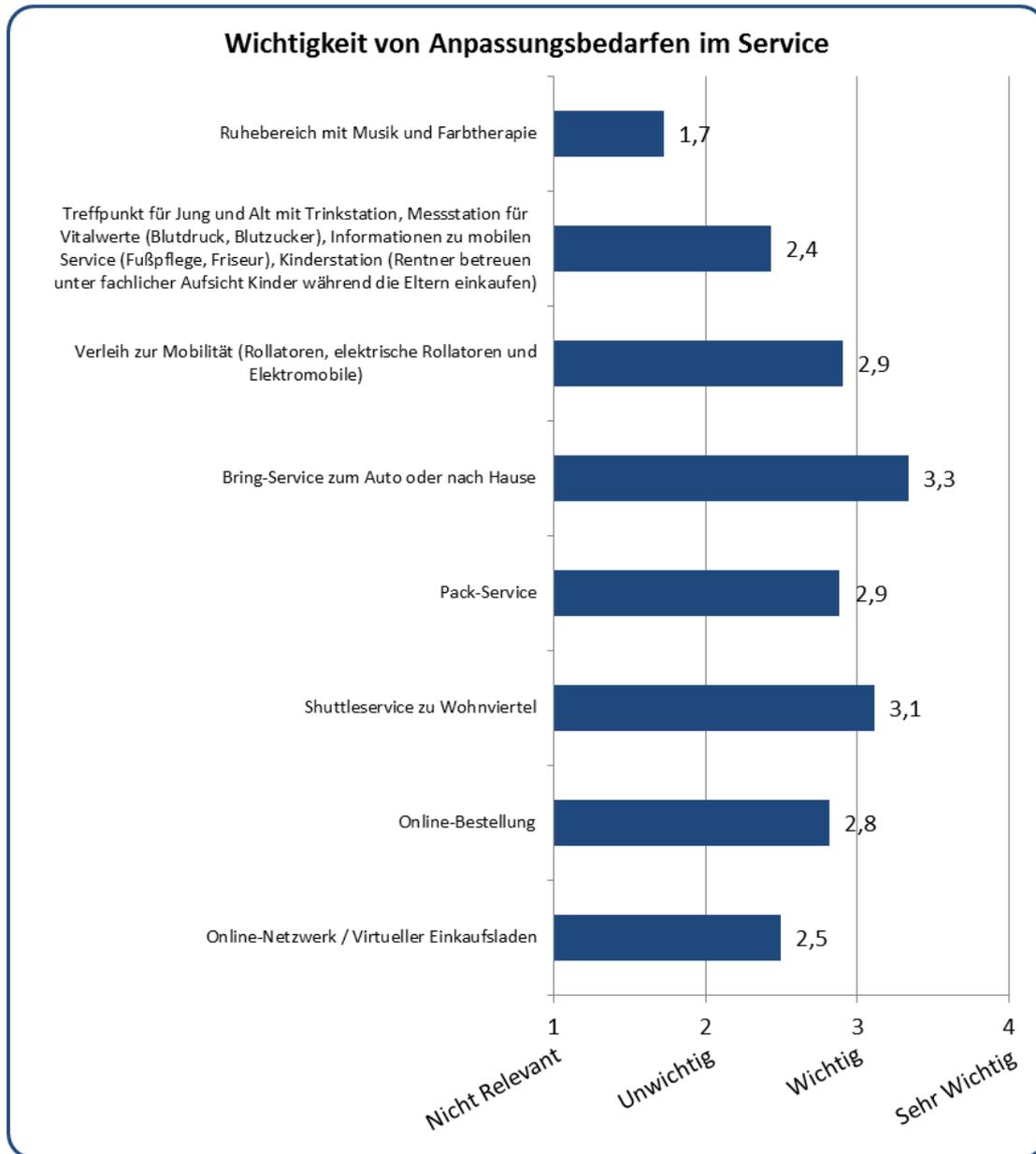
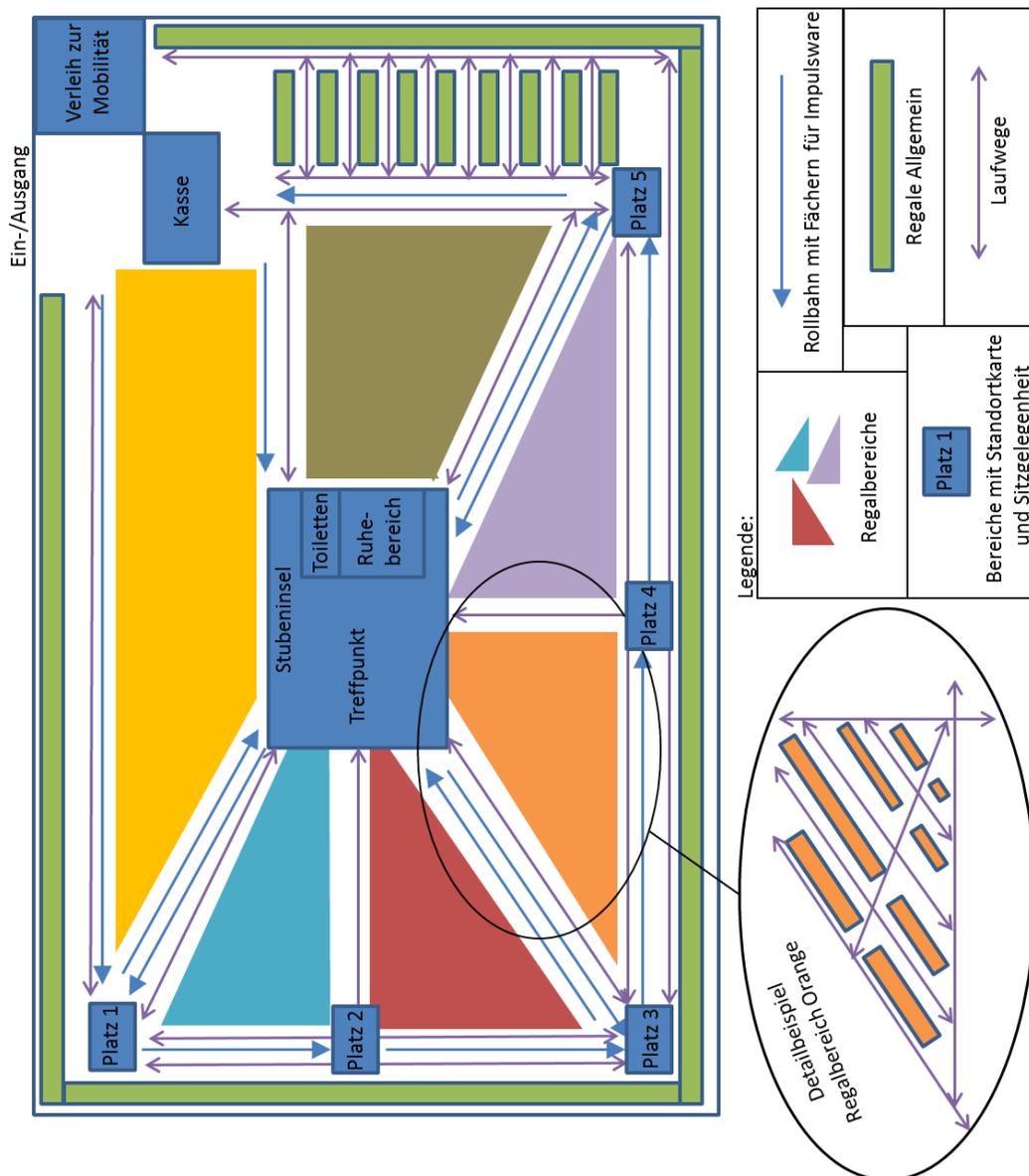


Abbildung 6: Relevanz der Anpassungsbedarfe nach Probandenbefragung

	Anpassungsbedarfe	Wichtigkeit nach Probandenbefragung
1	Bring-Service zum Auto oder nach Hause	3,3
2	Toiletten	3,2
3	Shuttleservice zu Wohnviertel	3,1
4	Größere Buchstaben / Bessere Beleuchtung	3,1
5	Breitere Stellplätze	3,1
6	Verleih zur Mobilität (Rollatoren, elektrische Rollatoren und Elektromobile)	2,9
7	Pack-Service	2,9
8	Sitzgelegenheiten	2,8
9	Online-Bestellung	2,8
10	Markierte Gehwege im Außenbereich	2,7
11	Farbliche Abgrenzung von Bereichen	2,7
12	Rollstopper für Einkaufswagen	2,5
13	Standort- und Lagekarte wo man sich im Laden befindet	2,5
14	Online-Netzwerk / Virtueller Einkaufsladen	2,5
15	Treffpunkt für Jung und Alt mit Trinkstation, Messstation für Vitalwerte (Blutdruck, Blutzucker), Informationen zu mobilen Service (Fußpflege, Friseur), Kinderstation (Rentner betreuen unter fachlicher Aufsicht Kinder während die Eltern einkaufen)	2,4
16	Rollbahn (wie am Flughafen)	1,8
17	Ruhebereich mit Musik und Farbtherapie	1,7

1= Nicht Relevant 2= Unwichtig 3= Wichtig 4= Sehr wichtig

Abbildung 7: Visualisierung am Beispiel eines Lebensmittelladens



## Fazit:

Die Betrachtung der Relevanz der befragten Anpassungsbedarfe wirft einige interessante Aspekte auf: Der „Bring-Service zum Auto oder nach Hause“ wird durch die Kunden als wichtigster Anpassungsbedarf unter den befragten Punkten angesehen. Zudem sehen unerwartet viele Kunden einen organisierten Shuttleservice zu Wohnquartieren/Seniorenheimen als notwendig. Die Begründung der befragten Probanden war, dass viele im Alter durch einen Sterbefall des Partners, gesundheitlichen Ein-

schränkungen oder aus monetären Gründen erwarten, das Automobil abgeben zu müssen. Öffentliche Verkehrsmittel werden als keine wirkliche Option angesehen und der Taxiservice ist zu kostenintensiv. Dieses Ergebnis erscheint nicht nur für den Einzelhandel sondern auch für Wohnungsgesellschaften und Betreiber von Seniorenheimen als interessante Serviceerweiterung (Potenzial für Partnermodelle). Die Erhöhung der Mobilität durch Verleih von Rollatoren, elektrischen Rollatoren sowie Elektromobilen erscheint als wichtiger Anpassungsbedarf, welcher sich durch einen innovativen elektrischen Einkaufswagenkonzept kombinieren lassen würde. Während Sitzgelegenheiten und Toiletten als *wichtig* betrachtet werden und pragmatische Lösungen darstellen, erscheint die Einrichtung eines Ruhebereichs „Stube“ und eines Treffpunkts „Insel“ als kontroverse Idee. Vor allem das Potenzial eines Treffpunkts „Insel“ als gesellschaftlicher Nutzen führte mit und unter den befragten Probanden zu Diskussionen und hatte bei der Befragung die größte Streuung in den Umfrageergebnissen.

Neben der Herausforderung des demografischen Wandels, bei welchem die alternde Gesellschaft zu Anpassungsbedarfen für den Einzelhandelssektor führt, möchten die Autoren auch auf die Herausforderung und Chance einer steigenden Immigration hinweisen. Die Autoren erwarten, dass vor allem Deutschland wegen der vorherrschenden Diaspora ein langfristiger Hot Spot für Immigration wird. Diese Entwicklung führt zu weiteren Anpassungsbedarfen im Einzelhandel, welche in diesem Standpunkt nicht eingeflossen sind.

**Über die Autoren:** Bart Gorynski, Master of Business Administration (MBA), ehemaliger Head of Portfolio Management der Vitus, verstärkt seit der Übernahme des Vitus-Portfolios als Senior-Referent Portfolio-Controlling die Deutsche Annington. Dorothea Huzarski, examinierte Altenpflegerin, arbeitet seit 20 Jahren in der Altenpflege und verantwortet hier seit über 10 Jahren die Wohnbereichsleitung. Olaf Gäth, examinierter Altenpfleger und Informatikkaufmann, arbeitet seit 2006 im Medizincontrolling des Katholischen Klinikums Essen.