

brand eins

Zeigen,
was
möglich
ist

brandeins.de
brand eins
22. Jahrgang
Heft 11
November 2020
10 Euro
C 50777

HANDELT



Schwerpunkt
Die neue Konsumgesellschaft



PATEK PHILIPPE

GENEVE

BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION



EINE PATEK PHILIPPE GEHÖRT EINEM NIE GANZ ALLEIN.
MAN ERFREUT SICH EIN LEBEN LANG AN IHR, ABER EIGENTLICH
BEWAHRT MAN SIE SCHON FÜR DIE NÄCHSTE GENERATION.

JAHRESKALENDER CHRONOGRAPH REF. 5905R



MEHR INFORMATIONEN ERHALTEN SIE BEI DEN UNTEN GENANNTEN
PATEK PHILIPPE PARTNERN SOWIE IM AUTORISIERTEN FACHHANDEL.

EINE VOLLSTÄNDIGE LISTE UNSERER PARTNER IN DEUTSCHLAND
FINDEN SIE AUF [PATEK.COM](https://www.patek.com)

AACHEN Ulrich und Knorren | DÜSSELDORF Blome | KÖLN Gadebusch | MÜLHEIM AN DER RUHR Laerbusch | MÜNCHEN Bauer
MÜNSTER Oeding-Erdel | OBERSTAUFEN Hollfelder | ULM Scheuble | WESTERLAND/SYLT Krause

Kauft doch!



Fotografie:
André Hemstedt & Tine Reimer

• Er ist das Lebenselixier unserer Wirtschaft: Ohne Handel geht wenig bis nichts. Wenn der Konsumklima-Index nach unten weist, schrillen die Alarmglocken – in den vergangenen Monaten war es ziemlich laut. Aber nun, so wird die Bundesregierung nicht müde zu betonen, zeigten die Indices wieder nach oben, die Konsumlaune sei ungebrochen. Wird alles wie zuvor?

Wer genauer hinsieht, merkt schnell: Nein, so wird es nicht kommen. Gewonnen hat der Onlinehandel, allen voran der Fast-Monopolist Amazon, verloren haben viele Geschäfte. Und daran, sagt Alexander Graf, Fachmann für E-Commerce, werde sich auch nach Corona nichts ändern: Für kleine Einzelhandelsgeschäfte sei der Onlineverkauf zu teuer und zu aufwendig, der Verkauf im Laden aber werde zunehmend unattraktiv (S. 52).

Zumindest wenn alles so bleibt, wie es war – und es war schon vor der Pandemie brenzlich. Lange vor den Ausgangsbeschränkungen im März wurden immer mehr Schaufenster in den Innenstädten schwarz, mussten viele kleine Fachgeschäfte schließen. Vor allem aber geriet des Deutschen zweitliebste Freizeitbeschäftigung zunehmend in die Kritik: Die „Shopping Queen“ ist zwar ein erfolgreiches Fernsehformat, aber für viele Menschen kein Vorbild mehr (S. 58, 106, 114).

Denn das Kaufen um des Kaufens willen produziert nicht nur nachlassende Zufriedenheit, sondern auch jede Menge Müll. „Wir müssen mit begrenzten Ressourcen Bedürfnisse befriedigen und damit genau diese Ressourcen verbrauchen, obwohl wir möglicherweise weder die Bedürfnisse hatten noch einen Verbrauch wirklich wollten“, beschreibt Stephan A. Jansen das ökonomische Paradox. Aber warum „müssen“? Weil ohne Konsum die Wirtschaft nicht läuft, Arbeitsplätze gefährdet sind und die Steuereinnahmen sinken (S. 44).

Schon heute gibt es Versuche, aus diesem Kreislauf auszubrechen. Der Boom der Secondhand-Läden ist ein Indiz, ebenso die zunehmende Zahl an Sharing-Angeboten, deren Wirtschaftlichkeit allerdings noch zu beweisen ist. Interessant auch die Experimente, Online und Offline auf neue Art zu verbinden: Läden mutieren zu reinen Ausstellungsflächen, die Händler werden von den Produzenten bezahlt – und bleiben entsprechend gelassen, wenn der Kunde nach dem Besuch online bestellt (S. 78, 64).

Wie in jeder Veränderung stecken auch im Wandel der Konsumgesellschaft Chancen. Innenstädte zum Beispiel könnten wieder zu lebendigen Zentren einer Stadt werden, nicht nur zum Standort von Kaufhäusern. Kunden, die mit dem Produkt auch gern ein gutes Gewissen kaufen, sind empfänglich für ernst gemeinte Angebote. Und Unternehmer und Unternehmerinnen mit Ideen für neue Produkte, Logistik- oder Verpackungslösungen können sehr gute Geschäfte machen (S. 70, 68).

Sicher ist: Sich etwas zu gönnen wird auch für die als konsumkritisch geltenden Generationen X, Y oder Alpha wertvoll sein. Herauszufinden, was das Etwas ist – das wird für alle zur wichtigsten Aufgabe werden, die handeln. Alexander Graf empfiehlt, dafür zum Influencer zu werden, also mit der Zielgruppe zu verschmelzen. Vielleicht hilft auch ein kleines Gedankenexperiment: Wenn morgen – wie heute schon in China – jeder noch so kleine Kauf beobachtet und kontrolliert wird, was würde ich auf einem heimlichen Schwarzmarkt suchen (S. 102)?

Wenn Sie eine Antwort haben, bieten Sie genau das an. ■

Gabriele Fischer, Chefredakteurin
gabriele_fischer@brandeins.de
Redaktion brand eins, Friesenweg 4 (Haus 1–3), 22763 Hamburg

NOMOS GLASHÜTTE



175 Years
Watchmaking
Glashütte

Lambda - 175 Years Watchmaking Glashütte. Feinuhrmacherei, neu in einem Gehäuse aus Edelstahl. Das Sondermodell, nach Chronometerwerten reguliert, gibt es in Emailleschwarz, -weiß oder -blau, limitiert auf je 175 Stück. Etwa hier: Aachen: Lauscher, Lücker; Augsburg: Bauer, Hörl; Bayreuth: Böhnlein; Berlin: Brose, Leicht, Lorenz; Bielefeld: Böckelmann; Bochum: Mauer; Bonn: Hild, Kersting; Bremen: Meyer; Darmstadt: Techel; Dresden: Leicht; Düsseldorf: Blome; Erfurt: Jasper; Essen: Mauer; Frankfurt am Main: Pletzsch; Glashütte: NOMOS Kaufhaus; Hamburg: Cabochon, Becker, Mahlberg; Hannover: Kröner; Köln: Berghof, Gadebusch; Konstanz: Baier; Lübeck: Mahlberg; Mainz: Wagner-Madler; Mannheim: Wenthe, München: Fridrich, Hilscher, Kiefer; Münster: Oeding-Erdel; Regensburg: Kappelmeier; Stuttgart: Kutter; Ulm: Scheuble. Und überall bei Brinckmann & Lange, Bucherer, Rüschenbeck und Wempe sowie hier: nomos-glashuette.com



Kaliber DUW 1001
Deutsche Uhrenwerke NOMOS Glashütte