

TANTE EMMA RELOADED

Die Menschen fühlen sich einsamer denn je. Sie suchen nach neuen innovativen Räumen, wo sie ihre Isolation durch Wir-Erlebnisse überwinden können. Immer mehr Shops wandeln sich zu Community Hubs, wo man mehr als nur shoppen kann.

WAS DEN TREND ANTREIBT

- Trotz aller Ichbezogenheit ist der Mensch ein soziales Wesen, das nach Gemeinschaft strebt. Dort findet er, was er zur Selbstverwirklichung braucht: Verbundenheit und soziale Anerkennung.
- Knapp 25 % der Erwachsenen in Großbritannien und den USA fühlen sich immer oder häufig einsam, ausgeschlossen oder isoliert (KFF, 2018). Das gilt besonders für die junge Generation (Cigna, 2018).
- Viele Menschen sehen in der Dominanz der sozialen Netze einen Grund für ihre Isolation. Sie suchen nun in der realen Welt nach innovativen Formen der Re-Konnektivität und neuen Räumen für Wir-Erlebnisse.

WARUM ER RELEVANT IST

- Die zunehmende Sehnsucht nach einer Kultur, die Beziehungen in der realen Welt fördert, lässt immer mehr Händler und Marken über Sinn und Zweck ihrer Läden und ihre Rolle in der Gesellschaft neu nachdenken.
- „Community-oriented“ Stores, wie die Town Squares von Apple, orientieren sich an den Tante-Emma-Läden von einst, die nicht nur Einkaufsstätten waren. Sie fungierten als Community Hubs, wo man sich traf und austauschte.
- Nicht nur Concept Stores, auch große Handelsketten sponsern Konzerte, veranstalten Virtual Reality Events oder eröffnen Indoor-Skateparks, um Räume für Wir-Erlebnisse zu schaffen.