

INHALT 18/2007

OH KOMMET, IHR KUNDEN!

Der Handel versucht, mit neuen Konzepten und spektakulärem Shopdesign Käufer zu gewinnen. Einblicke in die schöne, neue Einkaufswelt S. 4

WIE FUNKTIONIERT ...

... der Umkleidespiegel der Zukunft? S. 16

EINKAUFEN IM ÜBERMORGENLAND

Ägypten hat Pyramiden, Paris den Eiffelturm - und Dubai? Shopping-Malls! Willkommen im größten, steuerfreien Luxusbasar der Welt S. 18

AUF MASS FÜR DIE MASSE

Der Trend geht zum individualisierten Produkt. Dafür lassen viele Hersteller Kunden Designer spielen S. 26

PRODUKTE DER ZUKUNFT

Schokolade, die die Haut verbessert, und Kleider, die per Sensor die Farbe wechseln S. 28

ZIELLOSES SPIEL

Peter Glaser über die Faszination des virtuellen Einkaufens in „Second Life“ S. 32

KINDER DER TECHNIK

Nie war eine Käufergeneration so schwer zu fassen wie die sogenannten Technosexuellen. Und wer sind die? S. 34

WER STECKT HINTER ...

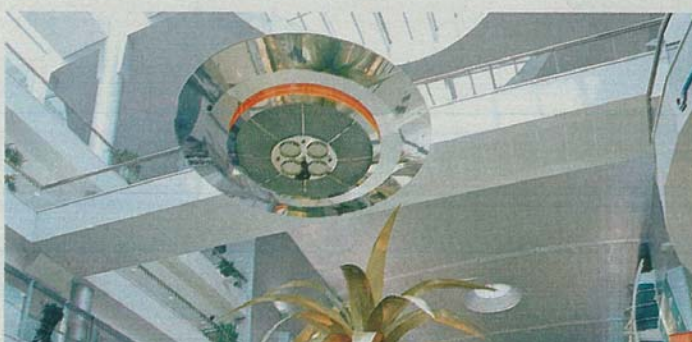
... dem Einkaufswagen? S. 36

NIE WIEDER ...

... Kundenkarten S. 38

TIPPS ZUM THEMA

Outlets, Concept Stores, Bezahlsysteme, Shopping-Guides und Buchtipps S. 40



Ein Gebäude sagt mehr als 1000 Werbespots: Während in Deutschland Discounter einfältige Verkaufsbaracken aufstellen, baut in Österreich die Supermarktkette M-Preis futuristische Glaskuben in die Alpenkulisse. Hier: die Filiale in Wenss