

Der POS in tausendundeiner



Es gibt sie noch, die Handels- und Handwerkerviertel in den orientalischen Städten, wo niemand sich Gedanken machen muss über Atmosphäre oder Erlebniseinkaufs-Aktionen – beides ist im Überfluss vorhanden. Marrakesch, zum Beispiel, ist so eine Stadt. Bereits der Name lässt geheimnisvolle Geschichten und Ali Baba mit seinen Räubern vor dem geistigen Auge lebendig werden. Natürlich entwickeln sich auch derartige Städte mit modernen Vierteln, die kaum Unterschiede zu unseren westlichen Städten aufweisen. Das pulsierende Leben, sowohl der Einheimischen als auch der Touristen findet jedoch in den Souks und der Medina statt.

Man schlendert durch dieses Meer von Eindrücken und ertappt sich dabei, das Wahrgenommene mit unseren „POS-Weisheiten“ zu vergleichen. Man (oder speziell ich) kann nicht anders. Wir

Einkaufen kann vieles bedeuten: Eine lästige, aber notwendige Beschaffung erledigen, sich lässig in eleganten Einkaufstempeln von den vielfältigen Angeboten inspirieren lassen, oder das pralle Leben in exotischer Umgebung mit allen Sinnen zu genießen.

kennen in unseren Städten oft den Marktplatz als „Vorhof“ der Einkaufsstraßen. In Marrakesch ist der „große Platz“ am Jemaa El Fna vor den Souks, ein wirklich spektakulärer „Multi-funktionsplatz“, den zu besuchen sich zu jeder Tageszeit lohnt. Schon am Morgen ist der Platz von Gauklern, Hennamalern, Schlangenbeschwörern und den obligatorischen Saftverkäufern mit ihren malerischen Verkaufswagen lebhaft bevölkert.

Einstiegs-Kulisse für 1001 Angebote

Transporteure mit Handkarren stehen bereit, das Erworbene zum gewünschten Ort zu transportieren. Geschichtenerzähler, Einkaufsführer, Schuhputzer und malerische Caleschen runden ein umfangreiches Dienstleistungsangebot ab. Soweit die Reize dieses Vorhofs bei Tage.

Am Abend erfolgt die wundersame Umwandlung in einen Nachtmarkt mit einer Gourmetzeile mit über 100 exotischen Ständen, die sich im

Anbieten von orientalischen Köstlichkeiten geradezu überbieten. Mir ist nicht klar geworden, ob die Kunst der vielen Köche oder die lautstarke und oft komödienhafte Kundenwerbung der „Kellner“ höhere Anerkennung verdient. In dieser inspirierenden Atmosphäre, dem Gemisch aus Düften und Spektakel, erscheint der Gedanke an ein Ladenschlussgesetz geradezu frevelhaft. Hier öffnet jeder seinen Basar solange er möchte. Politische Diskussionen hierüber wären geradezu absurd.

Soweit der „Vorhof“. Von hieraus tauchen die Besucher in das mittelalterliche Gassengewirr der Medina und finden Basare und Handwerker für sprichwörtlich tausendundeine Gelegenheit. Als „Kunden-Leitsystem“ kommen Nase, Auge und Ohr voll zum Einsatz. Statt „Stummer Verkäufer“ werden die Besucher mit lautstarken Anpreisungen konfrontiert. Die zugegeben aufdringliche „Kundenorientierung“ drückt sich darin aus, das jeder Besucher bereits



Udo Voßhenrich,
Geschäftsführer der
POS-Tuning GmbH,
Bad Salzflun



Variation

bei der Annäherung, spätestens jedoch wenn er Blickkontakt mit bestimmten Angeboten aufnimmt, in der zutreffenden Landessprache angesprochen wird. (Es muss einen für uns unbekanntes Code oder Chip geben, der 10 Meter gegen den Wind erkennen lässt, welcher Nation man angehört). Es ist selbstverständlich, dass ausdauerndes Feilschen jede *Preisauszeichnung* ad absurdum führt. Zarte Hinweise, man habe keinen Bedarf, werden rhetorisch geschickt gekontert mit der Feststellung, wichtig (und kaufentscheidend) sei, dass einem das feilgebotene Produkt gefalle. So drückt sich wahrer Luxus aus.

Die *Präsentation*, ja man kann oft von einer *Inszenierung* der Waren sprechen, ist auch ohne *Regaltechnik* oder *Regalordnungssysteme* gekonnt ausgeführt. Leere Regalfächer, die Out of Stock signalisieren, sind nicht wahrnehmbar. Allerdings: Eine *Lebensmittel-Hygiene-Verordnung* scheint bei der Robustheit orientalischer Mägen entbehrlich.

In unmittelbarer Nachbarschaft der Basare befinden sich – noch viel interessanter – die unterschiedlichsten Handwerksbetriebe. Die Herstellung von Kunsthandwerkartikeln findet auf der Straße oder in offenen Höfen statt. So kann man den Herstellungsprozess, ausgeführt mit unglaublichem

Geschick unter Verwendung primitiver Werkzeuge eindrucksvoll miterleben.

Die so entstandenen Gebrauchs- oder auch kunsthandwerklichen Produkte sind natürlich in jeder Facette authentisch und bekommen, da man den oft aufwändigen Produktionsprozess miterleben konnte, eine entsprechende Wertigkeit. Durch die vielen vorbeischlendernden Passanten wurde so auch oft der POP (Point of Production) zum Point of Sale. – Ein Produzenten-Outlet europäischer Prägung ist bei weitem nicht so interessant.

Natürlich hinkt jeder Vergleich der Verhältnisse auf den Basaren und der Medina mit unseren Einkaufsstätten. Nachdenklichkeit sei jedoch erlaubt oder geradezu anempfohlen. Über die Vorteile von abgerundeten, preisausgezeichneten, übersichtlich und hygienisch präsentierten Produktsortimenten muss man nicht ernsthaft reden.

Aber: Kann man das Einkaufen nicht doch interessanter gestalten? Wäre es nicht interessant, in der Einkaufspassage dem Goldschmied bei seiner Arbeit zuschauen zu können? Oder dem Schokolatier beim Verziern der Pralinen (auch hinter Glas im gekühlten Raum)? Oder dem Schuster bei der Reparatur? Oder dem Kunsthandwerker? Oder, oder? Man kann!

Udo Voßhenrich

