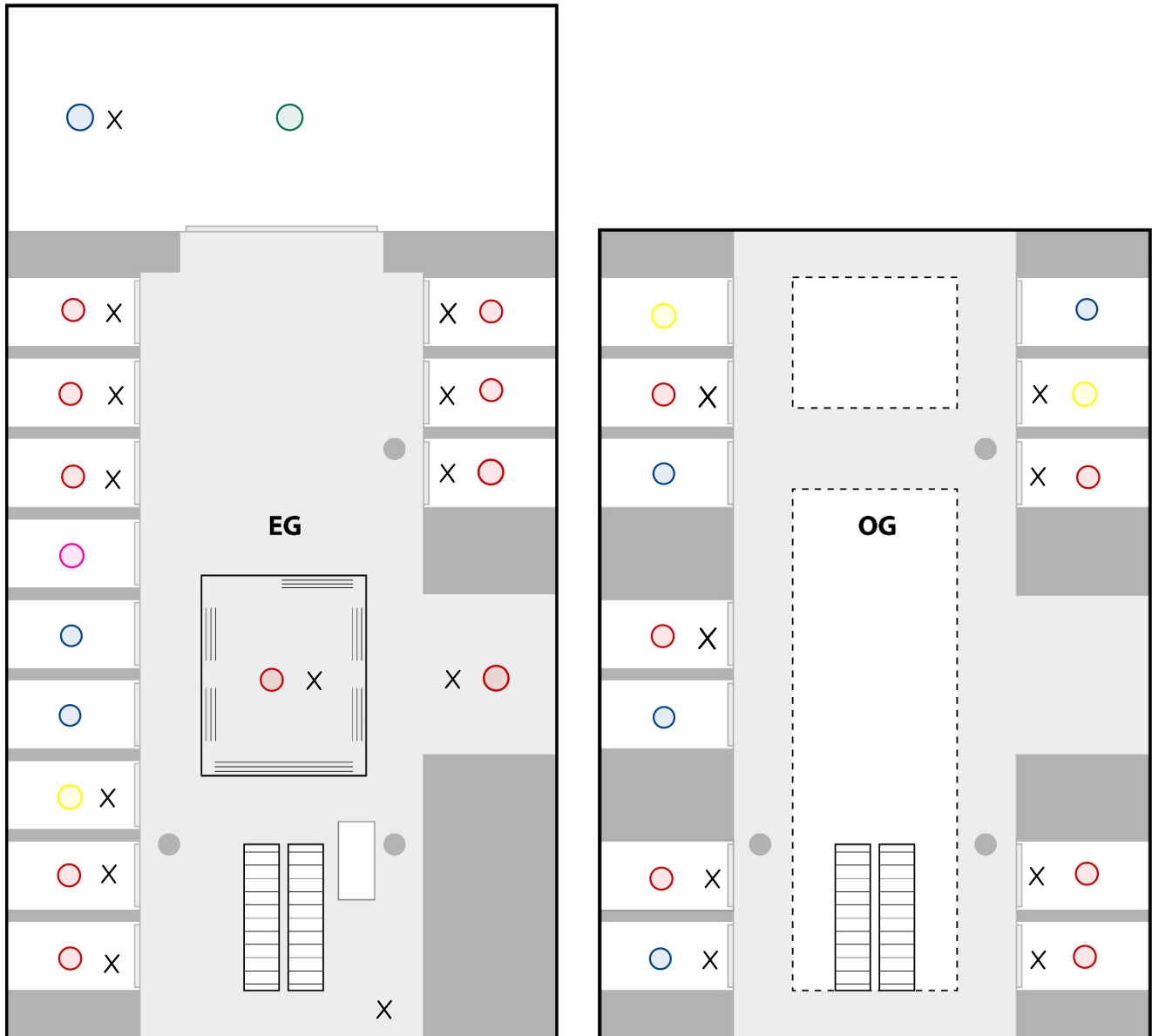


Aufgabe 1 (Einzelarbeit):

- Tritt in die Shopping-Mall (Einkaufszentrum) der Gegenwart ein und mache dich vertraut mit der Navigation in der Lernumgebung (Pfeiltasten oder WASD-Tasten und Maus).
- Fertige eine Kartierung der Shopping-Mall an. Ordne dabei die Symbole (in der Legende) den Geschäften in der Karte zu (EG bedeutet Erdgeschoss, OG Obergeschoss).

M1: Karte der Shopping-Mall**Legende:**

● Leerstand

● Textilien

● Gastronomie

● Lebensmittel

● Elektronik

● Buchhandlung

Aufgabe 2 (Einzelarbeit):

- a) Schau dir an, was am Infopoint (Tafel im Obergeschoss) über die Shopping Mall zu erfahren ist. Der Text ist unten noch einmal angegeben, auch in einfacher Sprache.

Text am Infopoint

Was wir hier in dieser Shopping-Mall sehen ist leider ein typisches Bild: Die innerstädtischen Shoppingcenter, oft auch Shopping-Malls genannt, stecken in der Krise. Alte Malls verfallen, neue werden kaum eröffnet. Ein Großteil der Ladenlokale steht leer, kaum ein Kunde oder eine Kundin verirrt sich in unser früher hoch frequentiertes Center.

Wurden jahrelang im Schnitt 15 neue Shoppingcenter pro Jahr in Deutschland eröffnet, ging 2022 nur ein einziges neu gebautes Center an den Start. Die bestehenden Malls kämpfen mit Leerständen und sinkenden Umsätzen. Wie auch hier in dieser Mall kommt der Abwärtstrend immer schleichend. Zunächst kommen weniger Personen und erste Unternehmen ziehen aus. Wenn Eigentümerinnen und Eigentümer die Zeichen der Konsumschwäche ignorieren und keine Maßnahmen zur Erneuerung ergreifen, werden immer mehr Geschäfte leer stehen und der Verfall nimmt bedrohlich Fahrt auf.

Zudem werden die überdachten Shoppingcenter zum Opfer der veränderten Einkaufsgewohnheiten: Immer mehr Menschen kaufen lieber online, als weite Wege zu einem Shoppingcenter in Kauf zu nehmen, in denen sie dann doch nur auf die immer gleichen Filialisten stoßen.

Dieser Prozess ist ganz typisch und hat schon vor Jahren in den USA eingesetzt. 'Dead Malls' heißen sie dort. Shoppingcenter, die praktisch keine Unternehmen mehr zu Miete haben und weitgehend leerstehend vor sich hin verfallen, manche sogar schon als komplette Bauruinen. Noch ist es in Deutschland nicht so weit, aber einige Center sind auf dem Weg dorthin. Die Corona-Pandemie und die Lockdowns haben die Krise noch verschärft, aber der Strukturwandel hat schon weit vor diesen Ereignissen begonnen. Was gestern noch attraktiv war, ist heute nicht mehr konkurrenzfähig.

Wir brauchen unbedingt neue Ideen und Konzepte!

Text am Infopoint in einfacher Sprache

Einkaufszentren, wie dieses hier, haben momentan viele Probleme. In solchen Einkaufszentren stehen viele Geschäfte leer. Die Einnahmen gehen dort zurück. Nur wenige Personen besuchen noch die Zentren, die früher sehr beliebt waren. Früher wurden jedes Jahr etwa 15 neue Einkaufszentren in Deutschland eröffnet. Im Jahr 2022 zum Beispiel wurde nur ein Zentrum neu eröffnet. Auch hier in diesem Zentrum sehen wir, dass immer weniger Leute kommen. Erste Geschäfte schließen.

Ein Grund für diese Probleme ist, dass die Menschen ihre Einkaufsgewohnheiten ändern. Viele kaufen lieber online, anstatt in die Einkaufszentren zu gehen. Das ist in den USA schon passiert, dort nennt man solche Zentren „Dead Malls“. Sie haben fast keine Geschäfte mehr und verfallen. In Deutschland ist es noch nicht so schlimm, aber einige Zentren entwickeln sich in eine ähnliche Richtung.

Wenn die Eigentümerinnen und Eigentümer die Probleme ignorieren, wird der Leerstand schlimmer, und die Zentren werden nach und nach schließen.

Die Corona-Krise und die Lockdowns haben die Situation noch schlimmer gemacht, aber das Problem begann schon vorher. Was gestern gut war, ist heute nicht mehr interessant.

Wir brauchen neue Ideen und Pläne, um die Einkaufszentren zu retten.

- b) Fasse schriftlich zusammen, welche Entwicklung die Shopping-Mall in den vergangenen zehn Jahren genommen hat. Führe Gründe für diese Entwicklung an.

Entwicklung der Shopping-Mall:

Die Shopping-Mall steckt in einer Krise, denn es kommen immer weniger Menschen in die Mall, um dort ihre Zeit zu verbringen und zu konsumieren.

Aufgrund der fehlenden Umsätze mussten in den letzten Jahren immer mehr Ladenlokale schließen

Zu erkennen ist diese Entwicklung an den zahlreichen Leerständen. Diese prägen das

Bild der Shopping-Mall. Die Mall wird durch die leerstehenden Geschäftslokale immer unattraktiver,

Schließlich verfällt die Mall immer mehr, so dass zu befürchten ist, dass sie schließlich zu einer

Bauruine wird, wie es in den USA bei den sogenannten „dead Malls“ bereits der Fall ist.

Gründe für die Entwicklung der Shopping-Mall:

Gründe für diese Entwicklung sind unter anderem die veränderten Einkaufsgewohnheiten der Menschen,

von denen immer mehr lieber online einkaufen. Online, von zu Hause aus einzukaufen, erscheint

vielen Menschen bequemer und zeitsparender. Außerdem findet man online häufig ein größeres

breiteres Angebot vor, als in Shopping-Malls. Diese bestehen häufig aus den gleichen Filialen großer

Einzelhandelsketten. Die Eigentümerinnen und Eigentümer der Geschäfte mussten erkennen, dass

die Umsätze dauerhaft sinken und die Konsumentinnen und Konsumenten ausbleiben. Dann mussten

sie auf diese Entwicklung reagieren und Gegenmaßnahmen ergreifen. Wenn sie dies nicht tun, verstärkt

sich die negative Entwicklung und eine Abwärtsspirale setzt ein.

M2: Entwicklung der Shopping-Mall und Begründung hierfür

Aufgabe 3 (Einzelarbeit):

Wechsle in das Zukunftsszenario.

- Vergleiche die Nutzungen in der Shopping Mall der Zukunft mit der Kartierung in M1. Markiere mit einem X, wo sich Nutzungen verändert haben.
- Löse die Rätsel im Zukunftsszenario und sammle deine Beobachtungen in der Tabelle M3.
- Ordne zu, welche Trends sich in der Shopping Mall der Zukunft feststellen lassen. Die Begriffe für die Trends stehen unter der Tabelle und sind unten noch einmal erklärt.
- Für Schnelle: Was fehlt deiner Meinung nach in der Shopping-Mall der Zukunft für Jugendliche?

Infokasten

Diversifizierung: Ausweitung und Differenzierung des Angebots. Damit wird die Abhängigkeit von einem oder wenigen Angeboten verringert. Es werden also zum Beispiel in einer Shopping-Mall neben Einzelhandelsgeschäften auch Büroflächen oder Flächen zur Freizeitgestaltung angeboten.

Nachhaltigkeit: Nachhaltigkeit bedeutet, dass die vorhandenen Ressourcen so genutzt werden, dass auch die nachfolgenden Generationen noch ihre Bedürfnisse befriedigen können. Im Einzelhandel kann zum Beispiel darauf geachtet werden, dass in den Geschäften nicht unnötig Energie verbraucht wird. Außerdem können Maßnahmen zur Reduzierung von CO2-Emissionen ergriffen werden.

Flexibilisierung: Flexibilisierung im Einzelhandel bedeutet, dass Unternehmen sich an Veränderungen anpassen. Das kann zum Beispiel bedeuten, dass ganz neue Produkte angeboten werden. So kann schnell auf neue Wünsche von Kundinnen und Kunden reagiert werden. Dadurch können Geschäfte erfolgreich bleiben und ihre Kundinnen und Kunden zufrieden machen.

Kombination online-analog: Die Kombination von online und analogen Angeboten im Einzelhandel bedeutet, dass Geschäfte beide Möglichkeiten anbieten. Sie haben sowohl Verkaufsstellen in der Innenstadt, als auch Online-Shops. Kundinnen und Kunden haben die Möglichkeit, sich online über Produkte zu informieren. So können sie Preise vergleichen und online zu bestellen. Gleichzeitig können sie aber auch die Geschäfte besuchen, um die Produkte anzuschauen, anzufassen und direkt vor Ort zu kaufen. Außerdem macht die digitale Technik vieles einfacher, zum Beispiel beim Bezahlen.

Aufgabe 4 (Partner- und Gruppenarbeit):

- Vergleicht eure Tabellen (M3) und ergänzt fehlende Aspekte.
- Diskutiert im Klassenverband die im Zukunftsszenario vorgeschlagenen Konzepte und Ideen kritisch.
- Ihr seid gefragt: Habt ihr weitere Ideen, die den Leerstand in Shoppingmalls und das Veröden der Innenstädte verhindern könnten.

Quests	Beschreibung des Angebots	Welche Vorteile bietet das Angebot?	Welche Gefahren birgt das Angebot?	Für welchen Trend steht das Angebot?
Mall-App	Informationen, Angebote, Service und kontaktloses Bezahlen rund um und in einer App und mit Hilfe von QR-Codes	Alles steht mit einem Blick zur Verfügung und Pushnachrichten sorgen dafür, dass nichts verpasst wird. Einheitlichkeit des Systems in der gesamten Mall sorgt für einen sicheren Umgang der Kundinnen und Kunden mit der App und für Benutzerfreundlichkeit	Personalisierter Werbung kann nicht widersprochen werden, verleitet daher zum Kauf und ist störend Mall-App sammelt Daten, auf deren Grundlage das eigene Konsumverhalten analysiert werden kann	Kombination digital-analog
Bezahlen bei EWRE	Kontaktlos ohne Bargeld über die Mall-App bezahlen	Keine lange Wartezeit Kein Bargeld benötigt Mit App ist Bezahlen einfach	Ältere Menschen könnten mit Bedienung und Ablauf überfordert sein Mitarbeitende verlieren Arbeitsplatz Fachexpertise der Mitarbeitenden in der Beratung von Kunden geht verloren	Kombination digital-analog
Showroom ECC	Ladenfläche, auf der Autos ausgestellt sind, um sie vor Ort anzuschauen und z.B. im Online-Shop zu erwerben	Den veränderten Einkaufsgewohnheiten wird innovativ begegnet und sich angepasst Personalkosten können eingespart werden Kundinnen und Kunden können Ware sowohl stationär als auch online begutachten	Vandalismus ist durch wenig Personal die Gefahr Online-Shopping dadurch noch attraktiver	Kombination digital-analog
Click-and-Collect	Online bestellen – Paket vor Ort abholen, indem QR-Code gescannt und das Paket dem Fach entnommen wird	Zeitunabhängige Abholung möglich, ohne Wartezeiten Einfache Bedienung Shoppern von zu Hause möglich Effizientere Zustellung der Pakete an zentrale Stelle	Bei nicht nutzbarem Aufzug für Menschen im Rollstuhl nicht erreichbar Ältere Menschen könnten technische Schwierigkeiten haben Größere Pakete passen nicht in Schließfächer	Kombination digital-analog
Co-Working-Space	Arbeitsplätze in einem separaten Bereich der Mall können für 12 Euro die Stunde angemietet werden	Ruhige Arbeitsatmosphäre Kostenlos WLAN nutzen Gemeinsam genutzte Bürofläche spart Ressourcen Gemeinsames Arbeiten wirkt motivierend Angenehmes Arbeitsumfeld, in dem Kontakte geknüpft werden können	Beim Arbeiten u.U. auf Öffnungszeiten der Mall angewiesen Dauerhafte Nutzung teuer Begrenzter Platz vorhanden, ein Arbeitsplatz nicht garantiert vorhanden Absolute Ruhe beim Arbeiten erschwert	Diversifizierung

M3 Tabelle zu den Quests im Zukunftsszenario

Trends: Diversifizierung, Flexibilisierung, Kombination digital-analog, Nachhaltigkeit