

‘Dagje IKEA verleden tijd’

16-10-2008 00:00

Een dagje IKEA bestaat over tien jaar niet meer. De consument heeft in 2018 meer te besteden dan nu, maar minder tijd om het uit te geven. Dat verwacht vestigingsmanager Anders Westny van IKEA Delft. Hij stelt dat het begrip 'value for money' plaatsmaakt voor 'value for time'.

De consument zal zich beter voorbereiden voordat hij gaat shoppen, om zo tijd te besparen, meent Westny. Het woonwarenhuis zal het daarom straks met minder personeel kunnen doen. "Ik kan me zelfs voorstellen dat er stores komen waar helemaal geen personeel meer is. In ruil voor personeel zal er op de winkelvloer zelf meer te beleven zijn, bijvoorbeeld met interactieve systemen."

De retailketen benut doctoraalstudenten industriële vormgeving aan de TU Delft als denktank voor de vormgeving van de winkel van de toekomst. De opdracht: bedenk een oplossing, waarbij het voor klanten aantrekkelijk blijft om ook over tien jaar een bezoek te brengen aan een échte IKEA.

Aan de opdracht koppelde IKEA een innovatieprijs. TU-student Arjan Helmer ging er met zijn team Tangerine mee aan de haal. "Kopen via internet wordt steeds belangrijker, maar het blijft belangrijk om de consument in de winkel zelf de IKEA-sfeer te laten beleven", zegt Helmer. "Onder meer om te zorgen, dat ze naast de bank die ze willen hebben, ook nog impulsaankopen doen."

"Stel: je hebt een nieuwe bank nodig. Je weet welke sfeer je zoekt, bijvoorbeeld die van een zonsondergang. Die foto stuur je op naar IKEA. Zij zoeken er passende banken bij, die je vervolgens op de winkelvloer kunt gaan bekijken", aldus Helmer. De winnende ideeën van de innovatieprijs zijn tot en met 24 oktober te zien bij IKEA Delft.