

NEWS

Lille, central, digital

Sådan sætter IKEAs nye butiksformat skærmen i centrum

11. juli 2026, Tobias Engl



I Ingolstadt har IKEA åbnet en butik, der ikke har meget til fælles med det velkendte billede af den blå kæmpe i udkanten af byen. Omkring 3.000 kvadratmeter i stedet for de sædvanlige 35.000, knap 3.700 varer i stedet for omkring 10.000, midt i byen i stedet for i et erhvervsområde. Butikken er et pilotprojekt, og den står for en nyorientering, som moderkoncernen Ingka Group driver frem verden over, som fagmediet invidis beretter. For digital signage-branchen er især én ting bemærkelsesværdig - »Jo mindre arealet er, desto større er skærmenes rolle«

Fra udflugtsmål til et smut forbi

Det klassiske møbelvarehus er et udflugtsmål. Man planlægger besøget, følger den fastlagte rundgang og tager varerne med hjem med det samme. Det nye format vender den logik på hovedet. Det ligger dér, hvor folk alligevel færdes, byder på et kurateret udvalg af boligtilbehør, små møbler og husholdningsartikler til at tage med og supplerer resten med personlig rådgivning og bestilling. Den, der vil have en reol eller et køkken, planlægger det på stedet og får det leveret. Hele sortimentet er til stede i butikken, bare ikke længere på hylden, men på skærmen.

Skærmen som sortiment

Det er her, den egentlige fornyelse sker. I de små formater overtager skærme opgaver, som gulvarealet klarede i det store varehus. De viser det, der fysisk mangler, fra sofaen til køkkenfronten, de inspirerer med hele boligmiljøer, og de guider gennem det kompakte rum. IKEA har afprøvet det i de seneste år. I butikken i Wien installerede koncernen langt over hundrede skærme, fra små formater til videovægge, tænkt som digitale plakater til inspiration og produktinfo. Butikken på Oxford Street i London regnes blandt iagttagere for at være særligt skærmtæt, med et gennemtænkt koncept, hvor næppe to flader viser det samme indhold.

Det er bemærkelsesværdigt, hvor afdæmpet IKEA griber det an. De offentlige skærme tjener til inspiration og information, selve transaktionen foregår via app og rådgivning. Det handler mindre om spektakulære effekter end om indhold med et klart formål, hver skærm med sin egen opgave. Netop den holdning gør konceptet overførbart til andre aktører.

Mere end en mindre butik

Det mere spændende spørgsmål er, om formatet åbner for nye forretningsmodeller. Meget tyder på det. IKEA åbner eksisterende varehuse for andre forhandlere og driver dermed arealet som en platform. Hvor skærme viser produkterne, kan brands og kampagner vises målrettet, og dermed bliver skærmen en annonceflade, der kan lejes ud, en model, som detailhandlen kender som Retail Media. Og den lille butik flytter omsætningen over i omnichannel-forretningen: Besøget giver inspiration, købet følger online, og leveringen kommer hjem til døren. Butikken går fra lager til showroom.

IKEA har dermed ikke opfundet disse idéer, men er en meget synlig drivkraft. Det, en koncern af den størrelse går forrest med, afprøver mange forhandlere snart selv. Det lille, digitalt understøttede butiksareal i bymidten kan blive en skabelon, for møbler såvel som for andre brancher med stort sortiment og lidt plads.

En sådan model står og falder med samspillet mellem teknik og personale. Andre forhandleres erfaringer viser, at digitale terminaler kun fungerer, når uddannede medarbejdere supplerer dem, og overgangen fra inspirationen på skærmen til bestillingen går gnidningsfrit. Hvor det lykkes, bliver den personlige rådgivning endda vigtigere, fordi den kan koncentrere sig om det, en skærm ikke kan klare.

Det, der står tilbage

For dem, der driver mindre butikker, er læren, at skærme gør mest gavn, når de er problemfrit koblet på sortiment, tilgængelighed og rådgivning, og når deres indhold har et formål. Om dataene bliver i huset eller ligger i en fjern sky, er et spørgsmål, som især europæiske forhandlere stiller i stigende grad. IKEAs pilotprojekt i Ingolstadt giver ikke et endegyldigt svar. Men det viser, hvor rejsen går hen; mod butikker, der bliver mindre, og skærme, der bærer mere.