

Retail Report 2023

Theresa Schleicher veröffentlicht bereits zum sechsten Mal den Retail Report mit den Trends und Branchenentwicklungen der nächsten Jahre. Theresa Schleicher ist eine der führenden Retail-Beraterinnen Deutschlands und ist strategische Beraterin und Rednerin für das Zukunftsinstitut in Frankfurt am Main und Wien tätig, sowie Geschäftsführerin der Strategieberatung VORN Strategy Consulting.

Der **Retail Report 2023** zeigt der Handelsbranche, wie sie sich jetzt zukunftsweisend aufstellen kann – mit einem nachhaltigen Mindset, der Eroberung virtueller Räume und innovativen Konzepten für das Land und die Innenstädte.

Ein Auszug:

Nachhaltigkeit & neue Werte

Europa ist in eine **Ära der Übergänge** eingetreten. Zu recht wird von einer Zeitenwende gesprochen. Die Welt ist nicht mehr das, was wir glaubten, dass sie sei. Wir erleben eine Zäsur – und eine Krise nach der anderen. Wir leben nicht mehr in einem bequemen Zustand der Normalität, der mal für kurze Zeit von einem krisenhaften Ereignis unterbrochen wird, sondern die **Krisen sind die neue Normalität**.

Wer der Tatsache ins Auge blickt, dass die Gesellschaft in eine Phase der Krisenpermanenz eintritt, wird erkennen, dass ein „Weiter so“ eventuell noch ein paar Jahre, aber vielleicht auch nur noch ein paar Monate möglich ist. Zugleich wächst der **politische und gesellschaftliche** Druck auf die Retail-Branche, sich stärker in Richtung Nachhaltigkeit und geteilter Werte aufzustellen.

Branchen-Insight Mode Fast Fashion is slowing down, Slow Fashion is speeding up

Die Modeindustrie wurde bereits durch die Pandemie ausgebremst und durch die Folgen des Ukraine-Kriegs weiter in Mitleidenschaft gezogen: Fragile Lieferketten, erhöhte Transport- und Energiekosten sowie steigende Preise setzen der **globalisierten Modebranche** zu. Diejenigen, die am schnellsten unterwegs waren, erwischt es am härtesten. Fast Fashion nach dem Prinzip „immer schneller, immer günstiger, immer mehr“ – seit Jahren auf der Überholspur – erlebt nun einen **Crash**. Dabei wäre das System Fashion auch ohne diese folgenreichen Ereignisse an seine Grenzen gestoßen. Was sich noch hätte evolutionär entwickeln können, wird jetzt revolutioniert.

Retailverse: Neue Touchpoints in virtuellen Lebenswelten

Das Metaverse ermöglicht es Marken und Handelsunternehmen, die Konsumierenden dort zu treffen, wo sie zum jeweiligen Zeitpunkt sind, und Teil ihrer Lebensrealität zu werden. In Zukunft liegt der Fokus auf real-digitalen Erfahrungen und Erlebnissen, die echte Nähe schaffen.

Rural Retail: Die Eroberung des ländlichen Raums

Der Fokus des Handels liegt seit Jahrzehnten auf den urbanen Zentren – online wie offline. Doch ein Blick über den Rand der Metropolen lohnt sich. Ausgerechnet auf dem Land lassen sich neue Potenziale und Märkte erschließen.

Zero Waste Packaging: Die neue Wertschätzung für Verpackung

Verpackungen können die Seele eines Produkts ausdrücken – sind jedoch gleichzeitig ein riesiges Müllproblem. Alternative Lösungen, die Packaging von Grund auf neu denken, stehen glücklicherweise bereits in den Startlöchern.

C2M: Neue Plattformen verbinden Hersteller und Kunden

Produziert wird erst, wenn nachgefragt wird. Das neue Business-Modell C2M hat die Kraft, die Vertriebslogik auf den Kopf zu stellen und dem Online-Handel einen neuen Spin zu geben. Community-orientierte Plattformen machen's möglich.

Themenschwerpunkt Innenstadt 2040 Drei Visionen für den Einzelhandel im urbanen Raum

Die Handelslandschaft war selten so im Umbruch wie heute. Retailer, Marken und Hersteller sind händerringend auf der Suche nach Konzepten und Impulsen gegen das langsame Aussterben der Innenstadt, nach neuen Antworten auf die vermeintlich veränderten Bedürfnisse der durch Krisen verunsicherten Menschen und auf die steigende Konkurrenz durch den E-Commerce. Die drei in diesem Kapitel entwickelten Visionen für den Retail eröffnen neue Möglichkeitsräume fernab der bekannten – meist linear fortgeschriebenen – Zukunftsvorstellungen.

Themenschwerpunkt Blockchain Shopping
Neue Shopping-Communitys der Transparenz

Die Blockchain gilt als eine der entscheidenden Technologien hin zur Industrie 4.0 und einer vernetzten, transparenten und intelligenten Handelswelt. Während sie für viele Unternehmen in der Retailbranche noch lange nicht erschlossen ist, kristallisiert sich in der Gesellschaft bereits eine nutzerorientierte Haltung zur Blockchain heraus: Ein Umgang, der sich nicht um Technologie dreht, sondern um Exklusivität, Transparenz, Gemeinschaft – und vor allem um Bequemlichkeit.

Den Retail Report 2023 können Sie bestellen. (LINK: https://onlineshop.zukunftsinstitut.de/shop/retail-report-2023/?utm_campaign=Retail%20Report%202023&utm_medium=email&_hsmi=62088754&_hsenc=p2ANqtz-8QD9wciYEo9aQfC4DT-8J_QLnGVUhbKbCXXv2F09Wk-jl2B3N4qMfPu1b_hcdR2uoHxdLp2snXc-rKXU0zAN51oPndDA&utm_content=62088754&utm_source=hs_email)