

TRENDS IM RETAIL

# WAS WAR, BLEIBT ODER KOMMT

Das alte Credo «Handel ist Wandel» ist heute aktueller denn je. Allerdings: Der Handel ist nicht mehr der Treiber dieses Wandels, sondern der Getriebene. Gestalter des Wandels sind die Konsumenten. Angetrieben von gesellschaftlichen Entwicklungen und ausgerüstet mit innovativen Technologien, stellen sie neue Ansprüche an den Handel. Um diesen gerecht zu werden, muss sich der Handel verändern.

Um den Handel dabei zu unterstützen, hat GS1 Switzerland die innovative Trendplattform Future Retail Switzerland ins Leben gerufen. Gemeinsam mit Schweizer Marktteilnehmern hat der Fachverband Trends und Technologien ermittelt, die Bedeutung für die zukünftige Geschäftstätigkeit haben. Die Onlineplattform unterstützt Unternehmen beim Bewerten der Trends und zeigt ihnen erste Massnahmen-schwerpunkte auf. Schirmherr der Plattform ist der Verband der mittelständischen Einzelhandelsunternehmen Swiss Retail Federation. Unterstützt werden die Verbände von Professor Dr. Dirk Morschett, Inhaber des Lehrstuhls für internationales Management an der Universität Freiburg, und seinem Team. Betrachtet man den Gesamtmarkt, haben sich als relevanteste Trends «Wachstum des Onlinehandels», «Onlinekonkurrenz aus dem Ausland», «Umfassende Problemlösungen statt nur Produkte» und «Nachhaltige Sortimente» herauskristallisiert. Doch sind dies auch die wichtigsten Handlungsfelder in jeder Branche? Die Bewertung der Trends nach Relevanz und

Durchsetzungswahrscheinlichkeit sowie die Analyse der Handlungsempfehlungen geben hier einen ersten Einblick.

**Die Branchen müssen handeln**

Da Trends je nach Branche unterschiedliche Wirkungen zeigen, werteten die Experten von Future Retail Switzerland diese nicht nur für den Einzelhandel insgesamt aus, sondern auch für die vier Branchengruppen Food/FMCG (Fast Moving Consumer Goods), Textil und Sport, Heimelektronik und Technik sowie Do-it-yourself und Wohnen. Sie ermittelten, an welchen Trends und Technologien die Schweizer Einzelhändler bereits arbeiten, und leiteten daraus ab, ob man es sich als Einzelhandelsunternehmen leisten kann, noch abzuwarten und einen Trend lediglich zu beobachten.

**Heimelektronik und Technik**

**Trend: Wachstum des Onlinehandels**  
Das Wachstum des Onlinehandels ist der wichtigste Trend im Future-Retail-Trendmonitoring 2019. Verlagern sich die Umsätze zunehmend vom Laden in den Onlinehandel, muss der stationäre Handel



Die interaktive Karte des Future Retail Trendradars zeigt, welche Bedeutung bestimmten Trends in unterschiedlichen Branchen zukommt.

die Wachstumschancen im Onlinehandel selbst nutzen. Zudem muss er auch stationär auf die zunehmende Konkurrenz von Onlinehändlern reagieren, beispielsweise mit «Omni-Channel-Konzepten», indem den Kunden ein nahtloses Einkaufserlebnis zwischen mehreren Kanälen geboten wird. Stationäre Stärken wie Einkaufserlebnis und Emotionen, persönliche Beziehung, persönlicher Verkauf und direkte Warenverfügbarkeit müssen noch stärker betont und ausgebaut werden.

**Do-it-yourself und Wohnen**  
**Trend: Umfassende Problemlösungen statt nur Produkte**

Der Einzelhändler muss sich neu positionieren, dass er vom Kunden als Problemlöser statt als Produktverkäufer wahrgenommen wird. Solution Selling zielt nicht auf einen raschen, einmaligen Verkauf, sondern auf den Aufbau einer Geschäftsbeziehung ab, die sich über Jahre erstreckt.

**Textil und Sport**  
**Trends: Onlinekonkurrenz aus dem Ausland und Plattformökonomie**

Der Onlinehandel insgesamt wächst stetig, aber es sind vor allem ausländische Händler, die ihre Umsätze überproportio-

nal steigern. Schweizer Händler müssen auf diesen Trend reagieren, wollen sie in den nächsten Jahren nicht ihre Position in diesem Wachstumsmarkt verlieren. Nischenkonzepte sind angebracht sowie eine Analyse, inwiefern man sich mit dieser Dominanz arrangieren kann. Ist man nicht genügend gross für eine eigene Plattform, bleibt die Möglichkeit, sich als vertikaler Branchenmarktplatz in einer einzelnen Warengruppe zu versuchen oder zu analysieren, mit welchen der bestehenden Plattformen eine Zusammenarbeit am sinnvollsten wäre.

**Food/FMCG**

**Trend: Transparenz der Inhaltsstoffe**

Bei Nahrungsmitteln wollen Konsumenten heute wissen, welche Zutaten und Allergene in einem Produkt enthalten sind, wie und wo diese produziert wurden. Eine lückenlose Rückverfolgbarkeit ist aber nur durch eine enge Zusammenarbeit aller Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette möglich. Letztlich sind hier die Systeme von GS1 zur Rückverfolgbarkeit sowie vollständige, korrekte und aktuelle Produktstammdaten zentrale Instrumente. GS1 Switzerland stellt dafür mit fTrace und trustbox passende Lösungen zur Verfügung.

**Future Retail Switzerland goes future**  
Auch wenn bei der aktuellen Studie die technologischen Trends und die Trends aus dem Bereich Supply Chain Management und Beschaffung im Ranking nicht on top stehen und zum Teil noch kein akuter Handlungsbedarf für die Umsetzung gegeben ist, sollte man diese auf keinen Fall ausser Acht lassen. Es ist unerlässlich, diese Trends heute schon zu beobachten und in die weiteren strategischen Überlegungen und Planungen miteinzubeziehen. Future Retail Switzerland wird jährlich aktualisiert. So können Entwicklungen erfasst, Fehleinschätzungen, die sich in einer Trendstudie nicht vollständig verhindern lassen, schnell korrigiert werden und man kann klar erkennen, welche Trends im Lauf der Zeit an Bedeutung zunehmen oder wieder abklingen. Die webbasierte, interaktive Plattform ermöglicht es Interessierten, die für ihre Branche relevanten Trends und Informationen schnell herauszufiltern. Zudem wird die Plattform mit Handlungsempfehlungen, Best Practice und Publikationen zu den Trends ergänzt.

AUTOR: GALLA HARTMANN

**WEITERE INFORMATIONEN:**  
**ZUKUNFTSPLATTFORM.GS1.CH**

**TOP-TRENDS: FUTURE RETAIL SWITZERLAND 2019:**

- Wachstum des Onlinehandels
- Onlinekonkurrenz aus dem Ausland
- Umfassende Problemlösungen statt nur Produkte
- Nachhaltige Sortimente
- Mobile am PoS
- Transparenz der Inhaltsstoffe
- Personalisiertes Marketing
- Plattformökonomie
- Auslieferung nach individuellem Kundenwunsch
- Eigen- und Exklusivmarken