



Die NRF ist die größte Messe für Retail Technology der Welt. Nur wenige Unternehmen der Branche verpassen es, dort Präsenz zu zeigen. Für uns ist wichtig zu erkennen, wohin die größten Trends der Branche gehen und womit sich die dort präsentierenden Handelsunternehmen beschäftigen.

Wir verbinden den Besuch in New York immer mit Storechecks. 2 Tage vorher reisen wir an und besuchen zukunftsweisende Formate. In diesem Jahr haben wir uns speziell Williamsburg ausgeguckt, der derzeit hippe Stadtteil östlich von Manhattan.

## Die Storechecks

Obwohl es in den letzten Jahren etwas schnöseliger wurde, hat Williamsburg immer noch einen Hipster-Vibe, der sich durch Indie-Musik-Performances, Galerie-Shows und Geschäfte von lokalen Handwerkern ausdrückt. Destillieren und Weingüter zeigen das Flair der Gegend für lokal hergestellte Spirituosen. An Sommer-Samstagen findet man kreative Imbissstände entlang des Flussufers. Williamsburg ist auch eines der aufregendsten Viertel der Stadt mit vielen trendigen Restaurants und Clubs. Bei unserem Aufenthalt ging es nicht nur um die Stores allein, sondern ganz besonders auch den idealen Mix für eine optimale Quartiersentwicklung. Unser Statement zum Quartier gibt es [hier](#).

Die Bildergalerie vom neuen WholeFoods in Williamsburg gibt es [hier](#).

Ein Beispiel für eine interessante Folgenutzung von Industrieflächen wurde in Manhattan geschaffen. Der [Chelsea Market](#) ist ein Block lang und einen Block breit und nur einen kurzen Spaziergang vom Hudson River entfernt. Angesiedelt im Meatpacking District wurde dort in nur fünfzehn Jahren eine der größten Indoor-Food-Hallen der Welt, mit mehr als 35 Läden geschaffen. Jährlich werden über 6 Millionen nationale und internationale Besucher angelockt. Es ist eines der am meisten besuchten und beschriebenen Ziele in New York City. Die Bildergalerie gibt es [hier](#).

Aber auch in Manhattan haben wir uns ein paar Storechecks gegönnt, die wir natürlich in Bild und Film (erstmalig als 360 Grad Video) festgehalten haben. Hier die Auflistung der Berichte dazu:

Der neue Ground Zero, das Einkaufszentrum am World Trade Center. **(Beitrag folgt)**

Victorias Secret Flagshipstore an der 5th Avenue ([Beitrag](#))

Der adidas Flagshipstore an der 5th Avenue ([Beitrag](#))

## Die NRF 2018

Wenn mich einer fragt, ob man den Aufwand der langen Reise auf sich nehmen muss, um diese Messe zu besuchen, können wir nur eine Antwort geben: Es kommt drauf an! Wer sich nur über die Trends informieren möchte, kann das natürlich vom Büro aus machen, indem er die entsprechenden Medien wie z.B. unserem Blog folgt. Wer aber die Vorträge hören möchte (die verständlicherweise nicht aufgezeichnet werden) und das Flair der Stadt sowie die dortige Retail Experience mitnehmen will, kommt am Reiseaufwand nicht vorbei. Eigentlich ist es wie beim Düsseldorfer Karneval: Man kann ihn sich im Fernsehen anschauen, aber dabei sein, ist doch ein gewaltiger Unterschied!

## Was macht die Messe aus?

Die 107. Jahreskonferenz des Fachverbandes und die Ausstellung „NRF 2018: Retail’s Big Show“ begannen am Sonntag den 14. Januar im Jacob K. Javits Convention Center in New

York City.

Die Show zieht 36.000 Teilnehmer aus 90 Ländern an. Die Veranstaltungsagenda umfasst 36 Hauptredner, acht Neben Bühnen und mehr als 700 Aussteller.

Auch in diesem Jahr hebt die NRF 2018 aktuelle und zukünftige Innovationen hervor, die im Innovation Lab ausgestellt sind. Dieser Bereich ist von der restlichen Ausstellungsfläche getrennt, so dass die Besucher die neuesten Einzelhandelstechnologien an einem Ort betrachten können. Darüber hinaus bietet die Innovation Lab Bühne eine umfassende Auswahl an Rednern, die verschiedene Produkte und Technologien vorstellen.

Wir haben die Messe besucht und sind auf der Suche nach den „Retail Moonshots“ leider nicht fündig geworden (wo sollen die auch herkommen?). Was auffiel: Artificial Intelligence und Robotik waren sehr oft vertreten, wo hingegen das Super Buzzword, das gerade Deutschland bewegt, nur sehr wenig vorkam: Blockchain. Auch die Themen AR/VR sah man sehr wenig und auch nur an Ständen, die es im letzten Jahr wohl verpasst haben.

Ebenso sah man sehr viele RFID Cases. Nachdem das Thema den Hype Cycle durchschritten hat, geht es nun an die Realisierung von realistischen Business Cases, was aus unserer Sicht im Fashion Bereich auch gut gelungen ist. Wir haben die interessantesten Lösungen im Film festgehalten und mit unserer Einschätzung versehen. Hier die Liste der entsprechenden Beiträge:

[Das Retail Innovation Lab](#)

[Cisco mit kassenlosem Store](#)

[Der Intel Stand mit verschiedenen Lösungen](#)

[Microsoft Instore Lösungen](#)

[Impinj vom Technologie- zum Lösungsanbieter](#)

[Click & Collect Abholterminals und Locker](#)

[Ingenico mit einem integrierten Payment/Aktivierungsterminal](#)

[Virtuelle Ankleide aus Asien 2.0](#)

Sind wir 2019 wieder dabei? Ja, sind wir! Allein schon weil wir im deutschsprachigen Raum die Einzigen sind, die von der NRF berichten – einer muss es ja tun! Im nächsten Jahr sind

wir dann auch mit unserem Podcast Studio vor Ort, um einen noch besseren Eindruck zu vermitteln.



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren