



Nachdem alle Ihren Jahres Rückblick 2015 erledigt haben wollen wir jetzt in die Zukunft schauen, soweit das in der schnelllebigen Zeit wie der heutigen überhaupt möglich ist. Insofern wollen wir unseren Fokus auf fünf Bereiche legen, die für 2016 relevant sind. Hier also die 5 Fokusfelder:

Disruption im lokale Handel: Gibt es neben dem Future City Projekt noch weitere disruptive Konzepte im stationären Handel? Die Stimmung des letztjährigen Handelskongresses ging klar in die Richtung neues ausprobieren zu wollen.

E-FOOD: Wir sind gespannt, wie sich dieses Thema weiterentwickelt, denn im Gegensatz zu den Verhältnissen in UK, in der sich die großen Retailer das Geschäft fast komplett aufteilen, ist in Deutschland eine sehr heterogene Anbieterschaft unterwegs. Millionen-Investitionen in dem Bereich wie z.B. bei Hellofresh versuchen durch neue Mehrwerte den

Kunden zu begeistern. Wird sich endlich ein zumindest regionaler Anbieter mit einem nachhaltigen Konzept durchsetzen? Wird das Problem des Verpackungsmülls endlich durch Smart Reusable Transport Items gelöst? Es wird spannend!

Mobile Payment: Nach vielen positiven Prognosen des letzten Herbstes auf der Mobile Payment Konferenz („Mobile Payment ist im deutschen Handel angekommen“) kam im November der Schock mit dem Aus von Yapital. Dem großen Otto Konzern riss bei dem Thema der Geduldfaden, das Konzept war trotz einer großen Anzahl von Akzeptanzstellen nicht beim Kunden zu platzieren. Wir sind gespannt, ob sich Apple endlich dazu durchringt, seine Bezahlösung in Deutschland zu positionieren und damit stärker in das Bewusstsein des Millionenheeres von iPhonebesitzern zu bringen. Sicher werden wir irgendwann mobil bezahlen können, die Frage ist nur, ob in 2016 endlich jemand den Kundennutzen neu erfindet. (In unserem Schwesterportal gibt es eine hervorragende Betrachtung des Themas).

Die Beacon-Technologie: Nach dem Hype kommt jetzt die Phase der Ernüchterung. Bisher konnte sich die Technologie beim Kunden nicht durchsetzen, ein Grund ist sicherlich der unklare Nutzen für den Konsumenten. Das Thema war bisher sehr technologiegetrieben, eine Betrachtung unter neurowissenschaftlichen Gesichtspunkten zum früheren Zeitpunkt wäre durchaus angeraten gewesen. 2016 wird daher das Jahr der Entscheidung: Entweder es findet sich eine Lösungskombination, die den Menschen begeistert oder das Thema löst sich auf!

Future City Langenfeld: Nach langer Vorbereitungs- und Konzeptarbeit ist es soweit, das Projekt startet! (Wir berichteten darüber) In Langenfeld soll ein Zuhause für Innovationen im Handel und Stadtentwicklung geschaffen werden, ein Ort von höchstem Interesse für alle, die an der Gestaltung der Zukunft interessiert sind. Namhafte Unternehmen starten mit dem ersten Projekt, das in einem Initiierungsworkshop Mitte Februar final definiert werden soll. Die gesamte Zukunftsinitiative ist über mehrere Jahre ausgelegt und wird uns sicher noch interessante Berichte liefern.

Interessant wird das Projekt von Edeka Zurheide, der in Düsseldorf eine ehemalige Kaufhof-Filiale in einen Genusstempel über 2 Etagen verwandeln will.

Was wird aus dem Projekt Bikini Berlin, das derzeit ein Redesign durch die Berliner

Agentur Dan Pearlman erfährt?

Wie verläuft die Expansion der Lebensmittel-Pioniere Emmas Enkel nach dem Einstieg von Metro?

Was passiert mit den Ergebnissen aus den Accelerator-Projekten von Media-Saturn und Metro?

Viele Beispiele zeigen, dass im stationären Handel mittlerweile viel Bewegung herrscht. Nach der Unruhe und dem Klagen über gestohlene Umsätze durch den eCommerce hat man gemerkt, das man selbst die Zügel in die Hand nehmen muss. 2016 wird ein gutes Jahr!

Beitragsbild: [Dave Meier](#) über [Stocksnap.io](#)