



Gestern war das Heute morgen.

Welche Trends werden uns in den kommenden Jahren beschäftigen? Auf diese Frage eine möglichst präzise Antwort zu geben, gleicht einem Blick in die Glaskugel. Ob etwas Trend sein wird oder als Hype verpufft, wissen wir meist erst im Rückblick. Händler:innen sollten jedoch nicht den Fehler begehen, viel diskutierte Buzzwords leichtfertig abzutun. Ein genauerer Blick lohnt sich, denn digitale Entwicklungen geschehen häufig sehr schnell und Unternehmen können leicht den Anschluss verpassen. Außerdem möchte man doch auf der nächsten Party mitreden können. ;-)

Die Agentur Diconium hat in ihrem aktuellen Zukunftsreport verschiedene Trends unter die Lupe genommen. Der Einleitungstext liest sich zwar auch ein wenig wie Buzzword Bingo, doch das Papier ist tatsächlich lesenswert. Ein Einstieg in die verschiedenen Themen, allerdings ohne allzu kritische Betrachtung, die man von einer Digitalagentur wohl auch nicht unbedingt erwarten sollte.

Doch wie wird der E-Commerce in Zukunft aussehen? Was sind die wichtigsten globalen

Entwicklungen? Für den vorliegenden Report haben Digital-Commerce-Expert:innen die vier wichtigsten Themen identifiziert, welche die gesamte Customer Journey betreffen: vom Ort des Einkaufens („Metaverse“) über die Marketingmaßnahmen („Gamification“ und „Virtual Influencer“) sowie das Datenmanagement („Data Mesh“).

Von Data Mesh über Gamification und virtuelle Influencer zum Metaverse

Für den Future-Report von diconium haben Digital-Commerce-Expert:innen die vier wichtigsten Trends identifiziert, die künftig an Relevanz gewinnen werden:

Data Mesh: Jeder Mitarbeiter, jede Abteilung oder jedes Projekt produziert im täglichen Tun Daten. Dabei werden diese Daten heute in der Regel einer zentralen Business-Intelligence-Einheit zur Verfügung gestellt. Tobias Margarit, Managing Director diconium data, erklärt den neuen dezentralen Datenarchitekturansatz von Data Mesh und führt auf, wie dies auf die Hebung von Skalierungseffekten innerhalb des gesamten Unternehmens zielen kann.

Gamification: Menschen spielen gerne, und das oft ihr Leben lang. Unternehmen können dies nutzen, um ihre Produkte und Dienstleistungen langfristig und spielerisch bei den Kund:innen zu positionieren und sie so an ihre Marke zu binden. In seinem Gastbeitrag stellt der chinesische Gamification-Pionier Yu-Kai Chou sein eigens entwickeltes Octalysis-Framework vor, das die acht menschlichen Kernwerte gezielt anspricht und zeigt auf, welche Parallelen zu E-Commerce-Strategien gezogen werden können.

Virtuelle Influencer: Sie begeistern Millionen Nutzer:innen mit ihren Auftritten auf Instagram, TikTok und Co. Doch sie sind nicht aus Fleisch und Blut, sondern existieren nur in einer Welt aus Bits und Bytes: die sogenannten virtuellen Influencer. Andreas Hell, Senior Management Consulting bei diconium, erläutert in seinem Beitrag, welche Vorteile es für Unternehmen hat, einen Avatar ganz nach eigenen Wünschen und passend zur jeweiligen Zielgruppe zu formen, und wie sie dadurch langfristige Skaleneffekte erzielen können.

Metaverse: Noch ist unklar, wie genau dieses Paralleluniversum aussehen wird, dennoch ist das Metaverse schon heute in aller Munde. Virtuelle Grundstücke werden zu

Rekordpreisen verkauft und die erste Fashion-Show fand ebenfalls vor Kurzem auf dem virtuellen Laufsteg statt. Christiane Brandes-Visbeck, Expert Partner Transformation und Communication bei diconium, und Martin Cserba, Digital Strategist und Evangelist bei diconium, analysieren, welche Chancen und Herausforderungen das Web3 mit sich bringt und was Onlinehändler heute schon tun können, um das Metaverse aktiv mitzugestalten.

Der Future-Report steht [hier zum kostenlosen Download zur Verfügung](#).