

Orientierungshilfe für Zukunftsgestalter

Am 25. und 26. September 2024 findet in Frankfurt am Main die diesjährige Edition des Trendforum Retail statt, gleichsam das regelmäßige Update des Einzelhandels zu Themen der Zeit. Es zeigt aktuelle Trends im Kontext der Handelsentwicklung auf und ermöglicht es Entscheidern aus Handel, Industrie und Markenwesen, aus Architektur und Ladenbau, eigene Erfahrungen und Kenntnisstände im oftmals unübersichtlichen Branchengeschehen einzurdnen.

((441))

Veranstalter Daniel Schnödt, Handelsanalyst und Fachberater, Dozent und Fachbuchautor, wartet dazu alljährlich mit einem Potpourri an aktuellen Analysen und Konzepten, an Ideen und Impulsen für den Handel vor allem in der Stadt auf.

Stärke des Trendforums Retail ist es, mit seinem Besuch über den Tellerrand des eigenen Branchengeschehens hinaus schauen und sich Eindrücke vom Handel der Zukunft machen zu können. Das aber nicht in einem "Könnte", "Sollte" oder "Müsste", sondern anhand von sich abzeichnenden Zukunftsszenarien, wie sie häufig schon begonnen haben, Wirklichkeit zu werden. So z.B. in Laden- bzw. Handelskonzepten state of the art, die im Rahmen der zahlreichen Forumsvorträge von Eigentümern oder Planern vorgestellt, erläutert und in ihrer Neuartigkeit kritisch beleuchtet werden. Das Trendforum Retail scheut sich nicht, auch solche Themen zu diskutieren, die der Handel in seiner unmittelbaren Praxisbezogenheit nicht unmittelbar auf dem Radar hat, die aber in nicht allzu ferner Zukunft auf ihn zukommen werden. So z.B. die Zusammenführung von Handelsfläche bzw. Markenpräsentationen und Metavers. "Zum Anfassen" hingegen ist das alljährlich im September veranstaltete Trendforum Retail nicht nur beim dort möglichen Netzwerken mit Speakern und Teilnehmenden. Buchstäblich handfest, wird es regelmäßig bei der am Vortag der Veranstaltung stattfindenden Store Tour. Dabei besichtigen die Forumsteilnehmer Handelsstandorte direkt in Frankfurt am Main oder im nahen Umfeld der Metropolen. Immer solche, die das am eigentlichen Forumstag vorgestellte in bereits vollzogener Umsetzung verstehbar machen. Das Vor Ort-Gespräch mit dem Betreiber oder auch Planer verläuft in der Regel schonungslos: Was funktioniert am Konzept? Was nicht?

Hier hat sich Frankfurt am Main seit Jahren als Veranstaltungsort bewährt. Denn gerade in der

Mainmetropole mit ihrer internationalen Urbanität testen Planer oder auch Labels gerne ihre neuen bzw. weiterentwickelten Konzepte zuerst.

Dachthema des diesjährigen Trendforums Retail lautet "Die Renaissance des Handels". Das ist eingebettet in die Langzeit-Lernstrategie des Trendforums. Diese lautet: Transformation des Einzelhandels im Spannungsfeld zwischen Daten- und Erlebnisraum. In Einzelhandelskreisen ist man felsenfest überzeugt: Zeigt sich der Handel dem Kunden nicht als Verweil- und Erlebnisraum, als "place to be", darüber hinaus als als "third place" seiner sozialen Verortung (also ergänzend zum erstens Wohn- und zweitens Arbeitsort), dann wird er nicht überleben. Denn alte Festungen des Handels, wie "Waren verteilen" oder "Beratung geben" hat längst der Efeu der Handelsgeschichte überwuchert.

Umso wichtiger sind zukunftsfähige Weiterentwicklungen des Fach- und Einzelhandels. Diese werden allerdings nicht gelebt werden können, ohne den Handel, ähnlich wie das Internet und Soziale Medien, als einen Datenraum zu verstehen. Auch der Handel muss aus von ihm generierten Kundendaten heraus ein besseres, tieferes Verständnis für seine Kunden analysieren, um dessen Erwartungen best möglich gerecht zu sein.

Daniel Schnoedt: *„In all diesem pulsierenden, unübersichtlichen Zukunftsdschungel des Einzelhandels, schneiden wir mithilfe des Trendforum Retail Schneisen der Struktur und des Verstehens.“*

Schnoedt erläutert, dass beim Einzelhandelskunden über alle Branchen hinweg derzeit geradezu eine Gier nach Abwechslung beobachtet wird. Auf konzeptives Denken übersetzt, nenne man das „Variety Seeking“. Speziell ungewöhnliche, wirklich frische Handelskonzepte die das Bedürfnis nach Abwechslung erfolgreich bedienen – und hier ist die Preislage nicht entscheidend – sorgen in der Handelswelt daher gerade für großes Aufsehen. Digitale Transformation, Kundenintegration und CoCreating, Nachhaltigkeit und ethischer Handel, Künstliche Intelligenz, Automatisierung, Regionalität, Datenermittlung und -analyse, all das sind zurzeit die überall in der Praxis sich wiederholenden Erfolgsgaranten - und deswegen Trendforums-Thema. Wo die Garanten auf der Fläche umgesetzt werden, ziehen sie Kunden in den stationären Handel zurück. Seit Anfang des Jahres wird dieses Phänomen in der Handelsbranche daher häufig als "Renaissance des Handels" bezeichnet.

Klingt alles etwas abgefahren? Die Ausrichtung des Forums im Frankfurter Massif Central und dessen Konzepterläuterung vor Ort wird den Forumsteilnehmenden aufzeigen, wie sehr die an dieser Location umgesetzten modernen Erfolgsfaktoren dafür gesorgt haben, dass er sich in der Stadt zu einem hippen Hot Spot entwickelt hat. Mit Angeboten rund um Kunst, Kultur, Fahrrad, Conceptstore, Café und ConventionCenter. Daniel Schnoedt: "Das Massif Central gilt zurzeit als MeltingPot und Urban Interface der Frankfurter Stadtgesellschaft. Ein Lernort für Einzelhändler aller Sparten." Das diesjährige Vorabendevent der Trendforums findet im neuen Fissler Brandstore statt, dem "Store of the Year 2024".
(4.903)

((Textkasten 1))

Gartencenter - so KI ist Digitalität im grünen Einzelhandel

Der Fokus des diesjährigen Trendforums Retail liegt auf den Entwicklungen im Einzelhandelssegment Fashion-Freizeit-Living-Lifestyle, zu dem bekanntlich auch die Grüne Branche zählt. Mit Spannung erwarten Teilnehmende aus der Grünen Branche daher den Elevator Pitch von Jakob und Valentin Kiefl (Kiefl Urban Gardeners; urban-gardeners.de).

Sie berichten über ihre praktischen Erfahrungen im Future Retail Store im Münchner Rathaus am Marienplatz („urban Gardening mit Zimmerpflanzen“), der mit modernstem digitalen Equipment ausgestattet ist. Sie gehen der Frage nach: „Was geht an digitalen Innovationen auf der Fläche?“.

Das Storekonzept entwickeln sie gerade in Zusammenarbeit mit dem Innovative Retail Laboratory (IRL) beim Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) in Kaiserslautern weiter. Frederic Kerber, Leiter des Forschungsinstitutes, wird in diesem Kontext alle Möglichkeiten digitaler Hardware am POS besprechen.

((1.001))

((Textkasten 2, mit QR-Code))

Lukrative Insider-Buchung möglich

- Das Teilnahme-Ticket für das Trendforum Retail 2024 kostet 995,00 Euro, zzgl. gesetzlicher Mehrwertsteuer.

- Leser der **xxx** werden lukrative Sonderkonditionen ermöglicht, gültig für Buchungen zwischen dem 1. und 31. Juli 2024.
- Diese ermöglichen die Teilnahme für 750 Euro, mit Abonnement des Trendforum Retail-Newsletters lediglich 600 Euro.
- Veranstaltungsdetails unter trendforum-retail.de.

((443))