



# ANGEBOT

ZUR TREND- UND STRATEGIE-STUDIE

# ZUKUNFT des STATIONÄREN HANDELS – NACH CORONA

September 2020

# ZUKUNFT HANDEL – NACH CORONA

---

**Sehr geehrte Damen und Herren,**

die Entscheidungen der Bundesregierung zur Abwendung einer größeren Corona-Krise hatten zu einem nahezu völligen Lockdown der deutschen Wirtschaft geführt. Das betraf bzw. betrifft auch noch und insbesondere den stationären Einzelhandel.

Aber die weitgehenden Lockerungen nach den strengen Maßnahmen zeigen nun, dass es auch eine Zeit nach Corona geben wird.

Nach Corona wird der Handel in vielen Aspekten anders aussehen als heute, er wird anders und differenzierter auftreten (müssen). Aber vieles wie etwa der gnadenlose Hyperwettbewerb und das Wachstum des E-Commerce werden auch bleiben bzw. sich sogar verstärken!

Nach einer kleinen Vorstudie habe ich nun als Inhaber der UEC | Ulrich Eggert Consult + Research, Köln, auf der Basis über 30jähriger Handelserfahrung eine **umfassende Strategie-Studie** entwickelt, die Ihnen Wege und Möglichkeiten für die nächsten Monate aufzeigen soll und die ich Ihnen heute hiermit vorstellen und zum Kauf anbieten möchte:

## **ZUKUNFT des STATIONÄREN HANDELS – NACH CORONA**

**Ca 260 Seiten mit etwa 220 Übersichten/Grafiken**

Lassen Sie sich von dieser Unterlage überzeugen, ich freue mich auf Ihre Antwort und einen eventuellen Lieferauftrag! → Bis zum 20.10. d.J. gilt ein Subskriptionspreis, also Nachlass!!

Viele Grüße aus Köln

Gez. Ulrich Eggert

**UEC | Ulrich Eggert Consult + Research, Köln**

**PS. Subskriptionspreis bis zum 20.10.2020 mit interessantem Nachlass!**

*ZUKUNFT ERKENNEN – ZUKUNFT GESTALTEN*

## ➤ ZUSAMMENFASSUNG DER ERGEBNISSE

.....

## ➤ TEIL I: RAHMENDATEN UND AUGANGSLAGE

### **A Konjunkturelle Aspekte**

1. Beispiellose Rezession 2020 in Deutschland
2. Einbruch der Exporte
3. Europa und die Welt
4. Weshalb China dieses Mal die Welt kaum retten kann
5. Wege aus der Krise: Konjunkturpakete
6. Schulden über Schulden
7. Strukturelle Probleme drohen die konjunkturellen zu überlagern

### **B Trends und wesentliche Entwicklungen**

1. Zehn Zukunftsthemen für eine Post-Corona Welt
2. Trends
  - 2.1. Mega-Trends
  - 2.2. Neue und alte Trends, die bleiben
3. Beschleunigte Digitalisierung
4. Agenda und Business Prinzipien jenseits von Corona
5. So könnte die Zukunft nach dem Virus aussehen
6. Exkurs auf eine Langfrist Perspektive: Bevölkerung auf Schrumpfkur – Deutschland verliert 20 Millionen Einwohner

### **C. Die Verbraucher**

1. Zu Einkommen und Vermögen
2. Geringe Kauflust nach Corona
3. Verhaltenstrends rund um Corona
4. Nachfrageverschiebungen
5. Das schrieb das Streben der Verbraucher nach online Einkäufen
6. Der Wunsch nach Erlebnissen und digitalem Service
7. Zehn todsichere Rezepte für den stationären Handel, um sich effizient abzuschaffen

## D. Stationäre Handelsentwicklungen

1. (Noch) „Heile Welt“ in 2019
2. Ernüchterung in 2020 durch Corona
3. Tsunami auf den Handel?
4. Betriebsformen-Entwicklungen
5. Exkurs: Luxusmärkte eingebrochen
6. Handel und Städte
  - 6.1. Zukunftssicherung: Stadt und Handel zusammen denken
  - 6.2. Attraktivere Innenstädte
  - 6.3. Die vier Basics bei der Digitalisierung von Stadt und Handel
  - 6.4. Lokale Marktplätze - vor, während und nach Corona
7. Trends und um den Handel, die Händler kennen und beachten sollten

## E. E-Commerce

1. Der Onlinehandel boomt schon vor der Krise weltweit und auch in Deutschland
2. Online und Corona: Boom oder doch eher flau?
3. Auf den Lebensmittelhandel wird digitaler
4. Stationäre Handel der Leidtragende
5. Starkes Wachstum auch in die D2C
6. Marktplätze: international, national, lokal
7. Und der Gewinner heißt... Amazon?
8. Trends im E-Commerce

## ➤ Teil II: Strategien und Lösungsansätze für die Zeit nach Corona

## F. Generelle Aspekte für die Zeit nach Corona

1. So sieht unsere Wirtschaft nach Corona aus
2. Learnings für den Handel
3. Digitalisierung ist Basis – die Basis der Digitalisierung
  - 3.1. Das Wissen über die Kunden steht im Vordergrund
  - 3.2. Basis Instrumente
  - 3.3. Felder der Digitalisierung

3.4. Einzelne Felder und Aufgaben der Digitalisierung im stationären Handel

3.5. Die Bedürfnispyramide im digitalen Darwinismus des Handels

3.6. Wichtige digital Trends für den Handel 2020

## **G. Schwerpunkt I: Technologien beherrschen den Handel der Zukunft immer mehr**

1. Zu erwartende Technik Trends

2. Einkaufen im Smart Store – der Einsatz diverser Technologien

2.1. Ausgangssituation

2.2. Vor Betreten des Outlets

2.3. Im Outlet

2.4. Auf dem Weg zum Check out

2.5. Nach dem Kauf

2.6. Zu Hause

3. Zukunftsformate im Handel ohne Kassen/ohne Personal

3.1. Hat der Handel hat der Laden der Zukunft kein Personal? – Von Automaten und Automaten-Läden, teil- und voll-automatisierten Läden

3.2. RFID als Hintergrund Technologie: Prozessoptimierung

3.3. RFID im Front-End-Einsatz für voll-automatisierte Leben

3.3.1. Voraussetzung

3.3.2. Techno Discount

3.4. Branchen-Beispiele

3.4.1. Grundkonzept

3.4.2. Beispiel die DIY

3.4.3. Weitere Branchen-Beispiele

3.5. Die Erweiterung des Konzepts um stationäre und E-Commerce-Aspekte

3.5.1. Eher stationäre Modell-Erweiterung

3.5.2. Internet-orientierte Erweiterungen

4. Automatisierung – ein Lebenselixier für stationäre Händler

5. KI – Künstliche Intelligenz wird immer mehr zur Normalität

6. Augmented und Virtual Reality

7. Ergänzende Technologien

## H. Marketing-Ansätze

1. Marketing Trends
2. E-Mail-Marketing
  - 2.1. Zehn Grundregeln für gute Mailings
  - 2.2. Content Marketing Trends, die uns 2020 erwarten
3. Digitale Senioren
4. Ladenbau Trends
5. Treiber von Handel und Marketing

## I. *Schwerpunkt II*: 80 Detail-Vorschläge für die Zeit nach Corona

1. Hintergrund/Verwaltung
  - 1.1. Verwaltung
  - 1.2. Finanzen und Kosten
2. IT/Digitalisierung/Automatisierung
3. Sortimente
  - 3.1. Warensortiment
  - 3.2. Dienstleistungen
4. Präsentation
  - 4.1. Laden/Outlet
  - 4.2. Warenpräsentation
5. Kundenansprache
6. Preispolitik
7. Kundenbindung
8. Services
9. Verkaufsmodelle und Vertriebsansätze
10. Sonstige Marketing Ansätze
11. Beendigung des Kaufprozesses
12. Kooperation

**Die Studie umfasst ca. 260 Seiten mit über 220 Übersichten,  
Abbildungen und Grafiken**

## Auftragscoupon

ULRICH EGGERT CONSULT+RESEARCH. Köln

An der Ronne 238

50859 Köln

Telefax: 02234 9 48 95 33

Telefon: 02234 94 39 37

E-Mail: [mail@ulricheggert.de](mailto:mail@ulricheggert.de)

Internet: [www.ulricheggert.de](http://www.ulricheggert.de)

### Trend- und Strategie-Studie

## ZUKUNFT des STATIONÄREN HANDELS - NACH CORONA

Hiermit bestellen wir zur sofortigen Lieferung o. g. Studie(n) **in elektronischer Version als Download bzw. per Mail-Anlage** zum Preis von:

- ➔ 585,- € plus gesetzl. MwSt. bei Bestellung bis zum 20.10.2020 (Subskription)
- ➔ 750,-€ plus gesetzl. MwSt. bei Bestellung danach

**Der Rechnungsbetrag ist abzugsfrei nach Lieferung und Rechnungserhalt sofort fällig. Bitte liefern Sie an folgende Anschrift:**

Vor- und Zunahme: .....

Firma: .....

Abteilung/Stellung: .....

Straße: .....

PLZ + Ort: .....

Telefon: .....

E-Mail: .....

UStID / VAT No (Ausland): .....

Wir bitten um *zusätzliche* Lieferung der **Übersichten/Charts der Studie in offener ppt-Version** für 100,- € bis 20.10.2020, danach 150,-€ plus gesetzl. MwSt. (bitte ankreuzen, wenn gewünscht).

Datum/Unterschrift: .....

Sie dürfen uns gerne gelegentlich über Neuigkeiten aus Ihrem Hause an obige E-Mail-Adresse informieren. (Bitte ankreuzen, wenn gewünscht)

# ZUKUNFT HANDEL – NACH CORONA

---