



Trend- und Strategie-Studie

# TRENDWELTEN IM UND UM HANDEL & VERTRIEB 2018 2025 / 30

März 2018

Sehr geehrte Damen und Herren,

neues Jahr – neue Trends!? Nun, Handel und Vertrieb sind nicht nur, aber vor allem durch die Digitalisierung einem extremen Wandel unterworfen, der sich eher noch beschleunigen wird.

Automatisierung, Augmented und Virtual Reality, Digitalisierung der Outlets, Digital Workspace, KI – Künstliche Intelligenz, Algorithmen, aber auch Kooperation, Vertikalisierung, 3D-Druck, Empfehlungs-Marketing, Logistik, Verbrauchererwartungen ... heißen hier nur einige wenige Stichworte, um die es in meiner neuen Studie geht:

**TRENDWELTEN - IN UND UM HANDEL & VERTRIEB 2018 – 2025/30**  
etwa **500 Seiten** mit gut **90 Abbildungen/Übersichten/Tabellen/Anlagen**

Lassen Sie ich von diesem Angebot überzeugen: Auf Basis meiner über 30-jährigen Branchenerfahrung sowie den Forschungsergebnissen vieler Dritter zitierter Autoren/Quellen möchte ich Ihnen aufzeigen, was in den nächsten Jahren auf Sie zukommen wird.

**Bis zum 24. April gilt ein interessanter Subskriptionspreis**, vgl. Coupon am Schluss!

Viele Grüße aus Köln  
Ihr

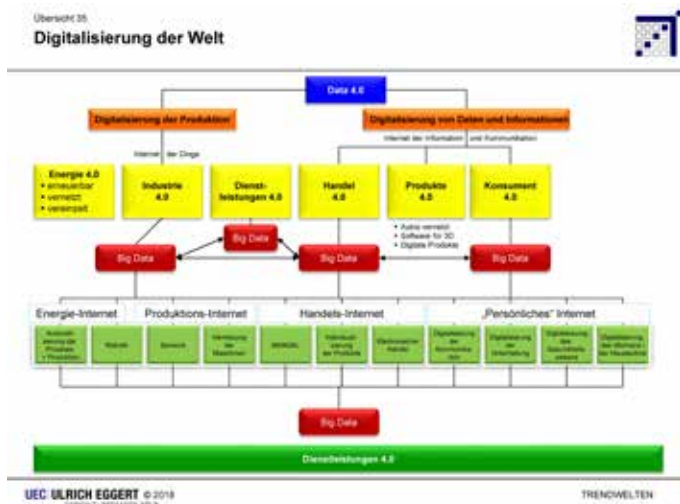
  
Ulrich Eggert  
UEC | Ulrich Eggert Consult+Research.Köln

**PS: Subskriptionspreis** bis zum **24. April 2018!**

**Dipl.-Kfm. Ulrich Eggert**  
An der Ronne 238  
50859 Köln  
Tel.: +49 (0) 2234 943937  
Fax: +49 (0) 2234 9489533  
mail@ulricheggert.de  
www.ulricheggert.de

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>A</b>	<b>TRENDS UND UNTERNEHMENSPLANUNG</b>	3	Da sind die Trends für 2018
		4	Deloitte-Studie: TOP-Trends 2018
1	Zur Trend-Definition	5	Diese Trends beschäftigen die Geschäftswelt 2018
2	Trend in der Unternehmensplanung	6	Neun Prognosen für 2018 rund um Medien und Kommunikation
3	Trends erkennen: Mit dieser Routine entgeht Ihnen kein Trend	7	Amazon in der Glaskugel: 8 Vorhersagen für 2018
4	Trend, Innovationen und AT-Analyse	8	Die TOP-Trends der kommenden Jahre
<b>B</b>	<b>DIE „KEY TRENDS“ ALS ERSATZ FÜR EINE ZUSAMMENFASSUNG</b>	<b>D</b>	<b>LANGFRISTIGE ENTWICKLUNGEN UND MEGA-TRENDS</b>
1	Digitalisierung	1	Die Welt bis zum Jahr 2050
2	Arbeitswelten	2	Erwartungen für da Jahr 2030 – Verbraucher zwischen Skepsis und Zuversicht
3	Big Data und die Cloud	3	Gesellschaftliche Veränderungen 2030
4	IKT und Webtrends	3.1	Kategorie Gesellschaft / Kultur / Lebensqualität
5	3D-Technologie	3.2	Kategorie Wirtschaft
6	RFID & QR-Technologie	3.3	Kategorie Politik und Governance
7	Trends im E-Commerce	4	MEGATRENDS: Die globalen Treiber des Wandels
8	Management-Trends	4.1	So entstehen Megatrends
9	Strategie-Trends	4.2	Die globalen Megatrends des National Intelligence Council – Prognose bis 2030
10	Ausgewählte Marketing-Trends	4.3	GIM-Studie: So soll sich unser Leben bis 2030 verändern
11	Logistische Trends	4.4	Diese 16 Megatrends werden unsere Zukunft maßgeblich beeinflussen
12	Trend im Verbraucherverhalten	4.5	Geopolitische Trends
13	Customer Relationship Management (CRM) und Social Marketing	4.6	Global-ökonomische Trends
14	GAFA – die Vorherrschaft der amerikanischen Big X	4.7	Die Digitale Revolution
15	Kooperative Trends	5	Trends und Entwicklungen in Staat und Gesellschaft
16	Vertikalisierung der Lieferanten und vertikale Kooperation	5.1	Allgemeine Trends
17	Trends in den Marktplätzen und Plattformen	5.2	Deutschland im Wachstum
18	Trends im Handel: Strukturwandel		
19	Ausgewählte Trends im B2B	<b>E</b>	<b>TRENDS IN WIRTSCHAFTS- UND ARBEITSWELTEN</b>
20	Ausgewählte Trends zur Bevölkerung	1	Die Wirtschaftswelt der Zukunft
20.1	Lebensumfeld und die globale Nachfrageentwicklung	2	Thesen zum Management der Industrie 4.0.
20.2	Spezifische Konsumtrends	3	Beispiel: Sechs Industrie-Trends – IoT und Digitalisierung prägen
20.3	Das digitale Leben: So viel Respekt haben wir Deutschen	4	Der Wandel der Gesellschaft: Arbeiten im Digital Workspace
<b>C</b>	<b>KURZFRIST-TRENDS / -ENTWICKLUNGEN / -ERWARTUNGEN UND – PROGNOSEN FÜR 2018</b>	5	Recruiting Trends: Arbeitnehmer werden anspruchsvoller
1	Blick in die Zukunft: Da sind Erwartungen für 2018	6	Trend, die Personalentscheider beachten sollten
2	Was sich 2018 für Verbraucher ändert		



<b>F</b>	<b>TECHNOLOGIE-ORIENTIERTE TRENDS</b>
1	Das gibt's Neues im Digitaljahr 2018
2	Messe-Trends
2.1	5 Trends von der SXSW Interactive in Texas
2.2	CES 2018: Diese Trends erwarten uns auf der Tech-Messe
3	Generelle Technologie-Trends
3.1	Einzel-Trends im Bereich der Informations- und Telekommunikationstechnologie (ITK)
3.2	Gartner: Die TOP 10 Technology-Trends 2018
3.3	Ericson-Report: Zehn Technology-Trend für 2018
3.4	Die wichtigsten Tech-Trends 2018
3.5	Apple, Amazon und Co.: Das sind die Technik-Trend 2018

# INHALTSVERZEICHNIS



- 3.6 Länderregeln: Das „Splinternet“ ist vielleicht die Zukunft des Internets
- 3.7 Technologie-Trends 2018: Was wird wirklich relevant, was bleibt Zukunftsmusik?
- 3.8 Daten und Algorithmen bestimmen das Leben 2018
- 3.9 Das sind die wichtigsten IT-Trends 2018
- 3.10 Auf dem Weg zum mobilen Supernetz mit 5G
- 3.11 Mesh Computing: nach Cloud Computing und Fog Computing
- 3.12 Das werden die wichtigsten IT-Trends im Handel
- 3.13 IT-Ausgaben steigen weltweit auf 3,7 Billionen US-Dollar
- 4 3D-DRUCK
- 4.1 3D-Druck auf dem Vormarsch
- 4.2 Was ist 3D-Drucken?
- 4.3 Alternative Teilhabe-Ansätze für private Anwender und Verbraucher am 3D-Druck
- 4.4 Marktsegmente für 3D-Druck
- 4.5 Vorteile des 3D-Drucks
- 4.6 Verwendung zur Individualisierung
- 5 KI – Künstliche Intelligenz
- 5.1 KI, künstliche neuronale Netze, Machine Learning, Deep Learning: Licht in die Vielzahl der kursierenden Begriffe rund um das Thema „Künstliche Intelligenz“
- 5.2 10 KI-Trend für 2018
- 5.3 KI-Vorhersagen 2018: Was uns bei künstlicher Intelligenz erwartet
- 5.4 Chatbots werden zum Massenphänomen
- 5.5 Rasante Umsatzprognose rund um KI
- 5.6 KI – So arbeiten wir in Zukunft
- 6 Das sind die Trends im Digital Experience Management
- 7 Das sind die Internet-Trends 2018
- 8 Digital- und Medientrends 2018

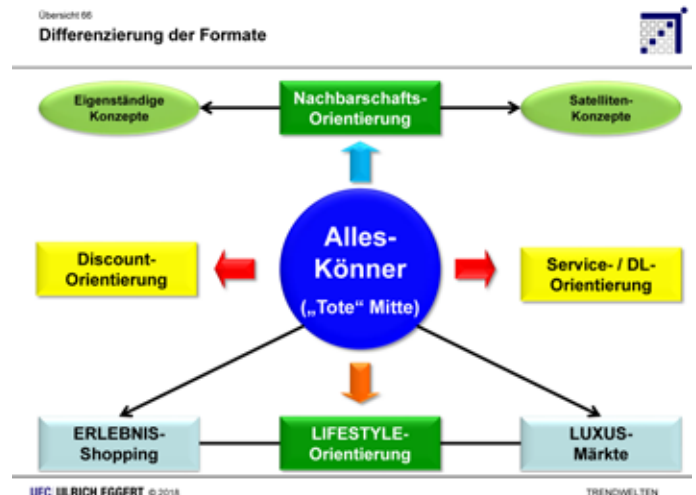
## G TRENDS IM ALLGEMEINEN MARKETING

- 1 Die wichtigsten Herausforderungen für da Marketing der Zukunft
- 2 Thesen zur Zukunft des Marketing
- 3 Die acht stärksten Marketing-Trends 2018
- 4 Die Key-Trend im Marketing als Ersatz für eine Zusammenfassung

- 5 Digitale-Marketingtrends für 2017/18
- 5.1 Die Trends
- 5.2 Beim Digital Marketing kann man viel falsch machen
- 6 Mobile-Trends 2018
- 7 Data Analytics: Fünf Trends, von denen der Handel profitiert
- 8 Trends im Web-Design
- 9 SEO-Trends
- 10 Datenschutzmanagement
- 10.1 Fragen und Tipps
- 10.2 Verbraucher wollen die Kontrolle personenbezogener Daten von den Unternehmen zurück
- 11 Cybercrime: Fünf große Trends dominieren 2018
- 12 Marketing-Trends kritisch hinterfragt: Was wirklich relevant ist
- 13 Marketing im neuen Jahr: was für den Handel 2018 wichtig wird

## H TREND IN DER MARKETING-KOMMUNIKATION

- 1 Trends für eine bessere Kommunikation 2017/18
- 2 Trends zur Digitalen Werbung
- 2.1 Einzel-Trends
- 2.2 Machine-Learning wird unverzichtbar
- 2.3 Nutzlos, langweilig und nervig: Deutsche Nutzer stellen Online-Werbung Katastrophen-Zeugnis aus
- 3 Trends im E-Mail-Marketing
- 3.1 Die E-Mail bleibt unverzichtbar
- 3.2 E-Mail-Marketing-Trends für 2018
- 3.3 E-Mail-Design-Trends für 2018
- 3.4 Generelle Trend im E-Mail-Marketing
- 4 Social-Media-Trends
- 4.1 Trends im Social-Media-Marketing 2017
- 4.2 Sechs Social-Media-Marketing-Trends für 2018
- 4.3 Mehr Stories, mehr Bots – welche Trend uns 2018 auf Instagram erwarten
- 4.4 Messaging Apps für Unternehmen: Die Trends für 2018
- 4.5 10 Thesen, wie Social Media Unternehmen verändern
- 5 Trends im Empfehlung-, Influencer- und Affiliate-Marketing
- 5.1 Die Ausgangslage
- 5.2 Begriffliche Erläuterungen
- 5.3 Affiliate-Marketing Trend 2018
- 5.4 Prognose: Fünf Trends im Influencer-Marketing

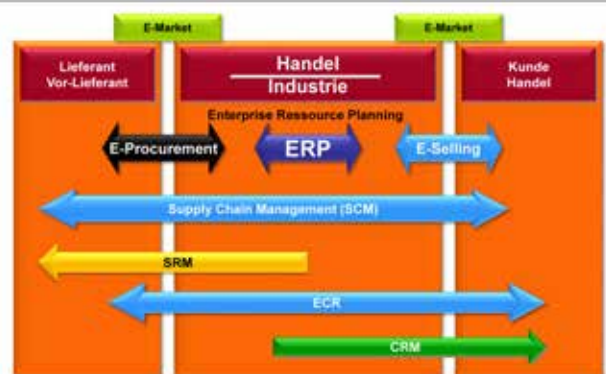




# ÜBERSICHTSVERZEICHNIS

- Ü. 1 Trends im Planungskontext
- Ü. 2 Denken im strategischen Viereck
- Ü. 3 Megatrends, Trends, Wellen, Strömungen
- Ü. 4 Trenderkennung – Anatomie eines Trends
- Ü. 5 Kritik an der Trendforschung
- Ü. 6 Trendentwicklungsphasen
- Ü. 7 Der Innovationsdruck kommt von allen Seiten
- Ü. 8 Leistungsinnovation hat zwei Dimensionen
- Ü. 9 SWOT-Analyse
- Ü. 10 Komponenten der SWOT-Analyse
- Ü. 11 Produktinnovations-Erfolgsfaktoren
- Ü. 12 Soziale Einflusstrends in Europa
- Ü. 13 Altersaufbau der Bevölkerung in Deutschland
- Ü. 14 Haupt-Ausgabefelder der Nachfrage in Deutschland
- Ü. 15 Bevölkerungsentwicklung
- Ü. 16 Strömungen in der Bevölkerung
- Ü. 17 Die Polarisierung der Gesellschaften
- Ü. 18 Die Zeitalter und ihre Organisationsformen
- Ü. 19 Künftige Konsumausgaben und Handelsnachfrage
- Ü. 20 Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland 1991 – 2015
- Ü. 21 Reale Nettoverdienste je Arbeitnehmer
- Ü. 22 Preislagen
- Ü. 23 Megatrend I
- Ü. 24 Megatrend II
- Ü. 25 Seven global Megatrend (III) shape the world in 2030
- Ü. 26 Diese vier Megatrend (IV) verändern die Zukunft von Handel und Konsumgüter-Industrie
- Ü. 27 Zyklen der Innovation – die „Langen-Wellen“
- Ü. 28 Geopolitische Trend
- Ü. 29 Die größten Volkswirtschaften der Welt im Jahr 2050
- Ü. 30 So überholen die BRIC-Länder die entwickelte Welt
- Ü. 31 Ergänzende geopolitische Trends
- Ü. 32 Global-ökonomische Trends
- Ü. 33 Ergänzende global-ökonomische Trends
- Ü. 34 Die 4 industriellen Revolutionen
- Ü. 35 Digitalisierung der Welt
- Ü. 36 Erwartetes BIP-Wachstum in Deutschland 2018
- Ü. 37 Die Krise ist überwunden: Entwicklung des BIP 1995 - 2016
- Ü. 38 Keine Abkehr vom langfristigen Trend: Arbeitslosenquote
- Ü. 39 Megatrends prägen Arbeitswelten
- Ü. 40 Gartner Hype Cycle 2016
- Ü. 41 Der Gartner Hype Cycle for Emerging Technologies 2017 schätzt 32 Technologie-Trends ein
- Ü. 42 Drei Technology-Trends aus Gartners Sicht
- Ü. 43 IoT-Prognose von IHS
- Ü. 44 Die wichtigsten Fakten zu 5G
- Ü. 45 Systematik der Anwendungsfelder im 3D-Druck
- Ü. 46 Marktsegmente im 3D-Markt (Additive Manufacturing); In- und Output
- Ü. 47 3D – Erstellungswege aus Konsumenten-Sicht (Consumer Output-Märkte)
- Ü. 48 Vereinfachte Form eines künstlich neuronalen Netzwerks mit einer Input-Layer auf der linken Seite, einer Aktivität-Layer in der Mitte (auch „Hidden Layer“, also „versteckte“ Layer genannt) und eine Output-Layer rechts.
- Ü. 49 Machine Learning im Zusammenhang
- Ü. 50 Deep-Learning-Algorithmus
- Ü. 51 Auswahlmechanismus
- Ü. 52 Trends im Bereich Künstliche Intelligenz
- Ü. 53 Erwartete Hilfestellungen
- Ü. 54 Umsatzprognose KI
- Ü. 55 Mit personalisierten Inhalten und herausragenden Experiences auf jedem Kommunikationskanal überzeugen;
- Ü. 56 Medienskepsis ist weit verbreitet
- Ü. 57 17 Ranking Factors in Order of Importance
- Ü. 58 Sechs Kommunikationstrends für 2018
- Ü. 59 Die E-Mail bleibt unverzichtbar
- Ü. 60 Formen des Empfehlungs-Marketings
- Ü. 61 Welche Probleme sehen Affiliates 2018?
- Ü. 62 Die wichtigsten Publisher-Modelle aus Sicht von Merchants und Netzwerken
- Ü. 63 Content-Segmente
- Ü. 64 Trends im E-Commerce im Überblick
- Ü. 65 Woran Kunden interessiert sind
- Ü. 66 Differenzierung der Formate
- Ü. 67 Kopplungsmodelle
- Ü. 68 Logistikrevolution durch RFID
- Ü. 69 E-Business in der Wertschöpfungskette
- Ü. 70 Preiswerter 3D-Drucker von Maker-Bot
- Ü. 71 Die „Neue Generation“ FOOD-Stores
- Ü. 72 Nichts geht ohne Kooperation
- Ü. 73 System-Bildung und „Strategische Allianzen“
- Ü. 74 Kooperationsformen
- Ü. 75 Marktanteile von Vertriebsmethoden im Handel
- Ü. 76 Wachsender Marktanteil der Discounter
- Ü. 77 Das Herausforderungsviereck im stationären Einzelhandel
- Ü. 78 Umsatzprognose Einzelhandel 2020/25/30: Berechnung
- Ü. 79 Umsatzprognose Einzelhandel 2020/25/30: Grafik
- Ü. 80 Handelsstrukturen 2020/30 – Marktanteile der Betriebsformen
- Ü. 81 Die Evolution des internetgetriebenen Einzelhandel
- Ü. 82 Transformation im Handel: Von „Multi“ zu einfach „Commerce“
- Ü. 83 Absatzkanäle im Lebenszyklus
- Ü. 84 Wachstumsraten im Lebenszyklus-Modell
- Ü. 85 Prognose des Online-Handels 2025 nach GfK
- Ü. 86 Volumina: 2014 – 2017 Interaktiver Handel - Hochrechnung
- Ü. 87 Prognose 2018: Interaktiver Handel mit Waren
- Ü. 88 Anteil des Online-Handels am Einzelhandel
- Ü. 89 Berechnungstabelle zur E-Commerce-Prognose
- Ü. 90 Gesamt-Umsätze und E-Commerce im deutschen Einzelhandel bis 2025/30
- Ü. 91 Wachstumsraten E-Commerce nach Lebenszyklus-Modell
- Ü. 92 TOP 10: Globale Einzelhändler (Tabelle)
- Ü. 93 Nettoumsatz der weltweit größten Einzelhändler im Jahr 2016

Übersicht über  
**E-Business in der Wertschöpfungskette**



UEC ULRICH EGGERT © 2018  
CORREKT-FORSCHUNGSLEBEN

TRENDELWELTEN

# AUFTRAGSCOUPON

**ULRICH EGGERT CONSULT+RESEARCH.Köln**  
Ulrich Eggert  
An der Ronne 238  
50859 Köln

 **Telefax: 02234 9 48 95 33**   
Telefon: 02234 94 39 37  
E-Mail: mail@ulricheggert.de  
Internet: www.ulricheggert.de

Trend- und Strategie-Studie

## TRENDWELTEN IM UND UM HANDEL & VERTRIEB 2018 – 2025 / 30

Hiermit bestellen wir zur sofortigen Lieferung ein Exemplar der o. g. Studie zum Preis von/in der Version (bitte ankreuzen):

	<b>Subskription bis 24.04.2018</b>	<b>Bei Bestellung ab dem 25.04.2018</b>
• als Download	<input type="checkbox"/> 695,00 €	<input type="checkbox"/> 795,00 €
• als CD-ROM	<input type="checkbox"/> 745,00 €	<input type="checkbox"/> 845,00 €
• als <b>individueller</b> Farbdruck, gebunden oder im Ordner, inkl. CD-ROM	<input type="checkbox"/> 845,00 €	<input type="checkbox"/> 945,00 €
• zusätzlich alle Charts als offene PowerPoint-Datei (nicht alleine erhältlich)	<input type="checkbox"/> 100,00 €	<input type="checkbox"/> 150,00 €

Jeweils zzgl. gesetzl. MwSt. (derzeit 19%).

Kennung:

Der Rechnungsbetrag ist **abzugsfrei** nach Lieferung und Rechnungserhalt **sofort** fällig.

Bitte liefern Sie an folgende Anschrift:

Vor- und Zuname: \_\_\_\_\_

Firma: \_\_\_\_\_

Abteilung/Stellung: \_\_\_\_\_

Straße: \_\_\_\_\_

PLZ + Ort: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

E-Mail: \_\_\_\_\_

UStID / VAT No \_\_\_\_\_ (nur EU-Ausland)

Datum \_\_\_\_\_ Unterschrift \_\_\_\_\_



Bitte senden Sie uns Informationen über Ihre anderen Veröffentlichungen.

Sie dürfen uns gerne gelegentlich über Neuigkeiten aus Ihrem Hause an obige E-Mail-Adresse informieren.