



5 ZUKUNFTS-INSIGHTS FÜR FOOD & RETAIL

Wie werden Megatrends wie Nachhaltigkeit die Food- und Retail-Branche langfristig verändern? Und welche Auswirkungen hat die Corona-Pandemie? Mit Zukunfts- und Wertestudien geht GIM foresight diesen Fragen nach. Fünf zentrale Insights möchten wir mit Ihnen teilen:



1. DER BIO-TREND

Die Corona-Pandemie verstärkt zwei Wertentwicklungen: *Hedonismus* (also die Sehnsucht nach größeren individuellen Freiheiten) und *Verantwortungsübernahme*. Bei der Vermarktung von Bio-Lebensmitteln müssen diese eher konträren Kundenbedürfnisse in Einklang gebracht werden. Wie das gelingt? Indem der Bio-Konsum (also die Verantwortungsübernahme) positiv aufgeladen wird. In anderen Worten: Statt des Verzichts sollten persönliche Vorteile, wie beispielsweise eine höhere Qualität, im Vordergrund stehen.



Der Bio-Anteil im LEH wird weiter steigen, jedoch nur, wenn der Konsum von Bio-Lebensmitteln nicht mit Verzicht in Verbindung gebracht wird.



2. „AUS IHRER REGION!“

Corona hat auch die negativen Auswirkungen der Globalisierung auf einem anderen Level sichtbar gemacht. So werden schon heute oftmals regionale, konservativ produzierte Lebensmittel, Bio-Lebensmitteln aus anderen Regionen vorgezogen. In Zukunft werden die Menschen verstärkt auf lokale Produktionen achten.



Regionalität wird für Lebensmittel ein immer wichtigeres Qualitätsmerkmal, da die negativen Auswirkungen der Globalisierung sichtbarer werden.



3. QUALITÄTSANSPRUCH

Essen ist für Viele mehr als nur Ernährung: Es ist Genuss! Auch der zunehmende Wunsch nach Selbstoptimierung sorgt für eine bewusstere Ernährung. So wird der Anspruch nach qualitativ hochwertigeren Lebensmitteln in Zukunft weiter steigen.



Nach dem Ende der Corona-Pandemie werden hedonistische Einstellungen und Werte stark zunehmen. Mehr Menschen werden Wert auf qualitativ hochwertige Lebensmittel legen.



4. DER DIGITALE HOFLADEN

Lange Zeit gab es für kleinere Erzeuger nur zwei Vertriebswege: Lokaler Verkauf oder Listung in den großen Supermärkten. Das letzte Jahr hat viele Händler und Produzenten gezwungen, über alternative Vertriebswege nachzudenken. Daraus entstehen digitale Hofläden, die von der Algorithmisierung der Gesellschaft profitieren. Neben den steigenden technischen Möglichkeiten nimmt auch die Hemmschwelle der Kundschaft ab, bei kleineren Erzeugern online zu bestellen.



Die fortschreitende Algorithmisierung ist vor allem für kleine Erzeuger und Manufakturen interessant, da eine Listung in den Regalen nicht mehr zwingende Voraussetzung für wirtschaftlichen Erfolg ist.



5. STATIONÄRE GESCHÄFTE

Menschen sind soziale Wesen und sehnen sich nach sozialen Kontakten. Der örtliche Supermarkt kann nach dem zweckrationalen Einkaufen während der Krise stärker als zuvor zu einem Treffpunkt der lokalen Gemeinschaft werden. Stationäre Geschäfte bilden das Gegengewicht zu einer starken Algorithmisierung.



Parallel zu mehr Lieferangeboten im LEH bleiben lokale Stores weiterhin relevant. Sie werden mehr und mehr zu einem zentralen Ort des Zusammentreffens und der sinnlichen Exploration.



IHRE KONTAKTE

Dr. Hannes Fernow
fernow@gim-foresight.com
+49 (0)30 2400 09 14

Michael Mletzko
mletzko@gim-foresight.com
+49 (0) 911 4775 66 26

www.gim-foresight.com