

Zukunftsstudie & Testmarkt

VITALISIERUNG DES HANDELS

Wie sich Lebensmittelhandel
jetzt fit für die Zukunft
machen kann.

2020

Sehen. Verstehen. **Machen.**

**Wir wollen mit den Partnern nicht nur eine
Zukunftsstudie machen, sondern die Ergebnisse
auch direkt im Handel testen – mindestens 10
Händler von Rewe und Edeka stehen jetzt schon für
einen Testmarkt bereit.**

bonsai

TREND[®]
BÜRO

Aktuell erfährt die **Lebensmittelbranche** in Deutschland – völlig zu Recht – Anerkennung als **Schlüsselbranche**. Die Mitarbeiter im stationären Einzelhandel gehören zu den Helden, die „den Laden am Laufen halten“ – wie Bundeskanzlerin Merkel es formuliert hat.

Doch die aktuelle Krise ist ein echter **Gamechanger**, ein **Katalysator für sich ändernde Konsumentenbedürfnisse**. Wir wissen aus unserer täglichen Arbeit, dass die **Sehnsucht nach echten Erlebnissen** und auch nach – nicht nur digitaler – Nähe ungebrochen ist. Wir beobachten, dass die Akzeptanz für neue, vitalisierende Elemente wächst – ein Prozess, den die gegenwärtige Krise nur noch beschleunigt.

Wir – das Trendbüro und Bonsai – beschäftigen uns mit dem, was Konsumenten antreibt und damit, wie sich der Einzelhandel dadurch wandelt. Gezielt blicken wir über Länder- und Branchengrenzen hinweg, um zu erkennen, wie das neue Normal aussehen kann. Wir nutzen unsere Insights, aktuelle Retail-Zahlen und direkte Daten aus den Testmärkten in Deutschland, China und darüber hinaus, um **greifbar zu machen, was im Handel heute wichtig und für die Zukunft entscheidend ist.**

In einem gemeinsamen Projekt bestehend aus **Zukunftsstudie und Testmarkt** bringen wir Hersteller, Händler, Konsumenten und externe Perspektiven zusammen, um den neuen Lebensmittelkonsum jetzt zu verstehen und **zukunftsfähige Strategien für die Zeit während und nach Corona zu entwickeln und im realen Märkten zu testen.**

Wir freuen uns auf Sie!

Bonsai & Trendbüro

Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“ - FAQ

Vorab notiert.

Warum gerade JETZT eine Zukunftsstudie?

- Die derzeitige Krise stellt **Konsumentenbedürfnisse** einmal mehr in den Mittelpunkt und beschleunigt Entwicklungen, die bereits vorher in den ersten Zügen waren. Die Erwartungswerte aus dem LEH helfen nicht nur in der Krise sondern auch für die Zukunft.

Zeigt die derzeitige Situation nicht, wie resilient der LEH ist?

- Konsumentenbedürfnisse stoppen nicht an Branchen- und Ländergrenzen. Wir lassen erste Erfahrungen aus dem Handel, aus verwandten Branchen und auch anderen Märkten (wie China) einfließen um zu beantworten, wie trotz der aktuellen Maßnahmen Kundennähe und -erlebnisse geschaffen werden können?

Was heißt gemeinsames Projekt?

- Wir suchen aktuell noch **5-6 Partner aus der Industrie**, die gemeinsame Sache machen und in offener Diskussion Zukunftsszenarien für die Lebensmittelbranche zu erdenken. Wir sichern – soweit möglich – Branchenexklusivität. Kategorie- oder branchenspezifische Abfragen (ggf. gegen Aufpreis) möglich.

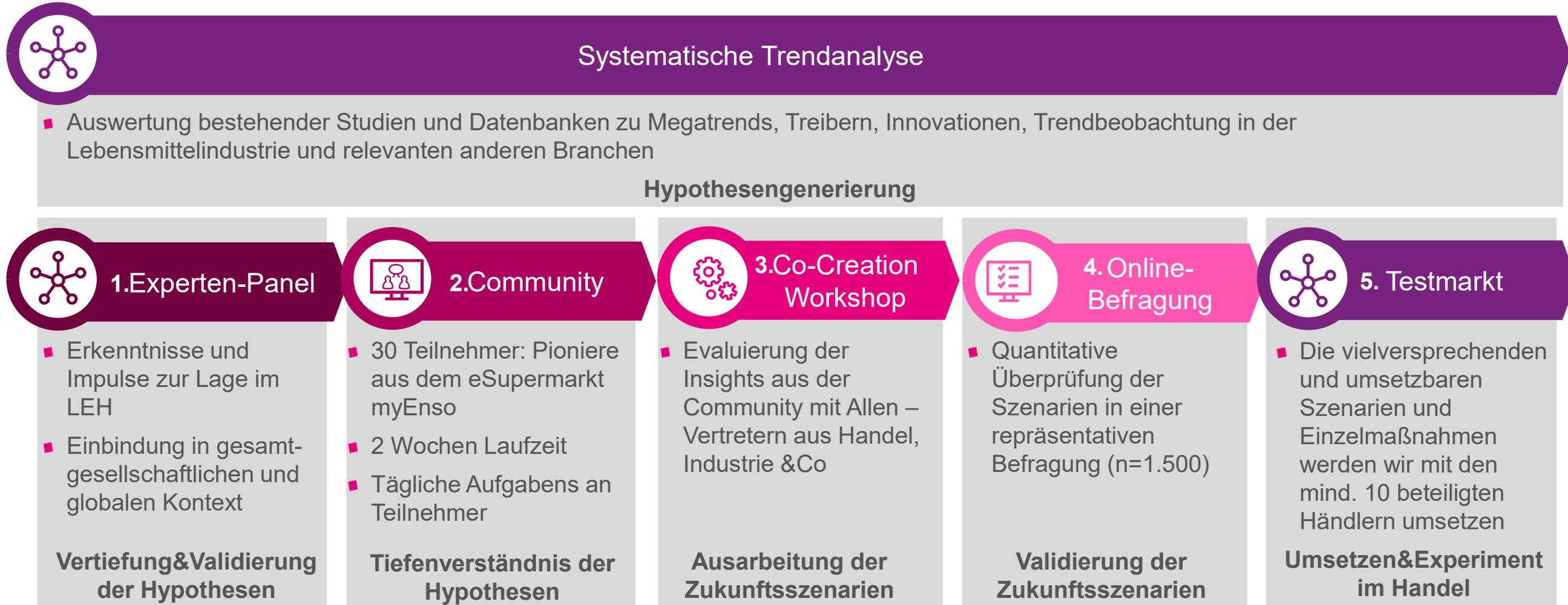
Was unterscheidet dieses Projekt von Anderen (USP)?

- Wir wollen nicht eine Studie um der Ergebnisse willen, sondern als konkreten Output die Umsetzung von Szenarien als **Testmarkt im Handel**. Wir bieten die konkrete Umsetzung der Szenarien mit mind. 10 Händlern von Rewe und Edeka und weiteren Partnern bis hin zu weiteren Aktivitäten, z.B. **#GemeinsamGegenLangeweileImHandel**.



Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“

Eine Projekt in 5 Schritten



Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“

Unsere Experten (Auszug)



1. Experten-Panel

- 5-6 Experten
- Erkenntnisse und Impulse zur aktuellen Lage des LEH
- Einbindung in gesamtgesellschaftlichen und globalen Kontext

Vertiefung und Validierung der Hypothesen (Juni/Juli 2020)

- Wir interviewen Experten aus den Bereichen und kondensieren ihre Erkenntnisse. Anschließend diskutieren Experten im Online Podium.
- Das zur Verfügung stehende Wissen und Kontext (Studien, Cases, Scouts in China) soll in einem 1. Schritt gesammelt, bewertet und verdichtet werden.
- Ziel: Definition von Themen-Cluster für die Consumer Community



Hochschulen & Universitäten



Start-Ups & Digitalbranchen



Foods & Sustainability



Consumer Experience

Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“

Community auf der myEnso-Plattform



2. Online-Community

- 30 Teilnehmer: Pioniere aus dem eSupermarkt myEnso*
- 2 Wochen Laufzeit
- Tägliche Aufgabenstellung an Teilnehmer

*Die 30 Teilnehmer sind nicht repräsentativ ausgewählt, sondern sind überdurchschnittlichen kreativ und empathisch; und damit in der Lage, sich in andere Personas und Situationen hinzuversetzen.

Tiefenverständnis der Hypothesen (Juli/August)

- Wir befragen, diskutieren, testen (Shopper-Aufgaben) zu den Themen-Clustern anhand von Stimuli für div. Personas/ Bedürfnislagen (14 Tage)
- Wie sehen Konzepte/ Innovation für den Handel in der (nahen) Zukunft aus? Welche Themen-Cluster (Regional, Shopping) haben bei wem Bedeutung?
- Ziel: Konkrete Konzepte für Inno- in den Themen-Clustern.

[Die ggf. allgemeinen Konzepte können auch innerhalb einer Kategorie branchenexklusiv vertieft werden.]



ÜBER MYENSO ▾ EINKAUFEN MITGESTALTEN

Impressionen aus der Community

Tag 1 Tag 2 Tag 3 Tag 4 Tag 5 Live Session

Herzlich Willkommen zur würzigen Ginger Beer Community!

Yippie, du hast es geschafft! Du bist einer von zwanzig innovativen, kreativen und neugierigen Pionieren, die nun Teil dieser exklusiven Ginger Beer Community sind!

Schreib am besten gleich drauf los und erzähle uns und den anderen Community-Teilnehmern kurz etwas über dich und deine Konsumgewohnheiten bei Softdrinks.



Wer bist Du und warum machst du hier mit?

Verrate uns etwas über dich, deine



Welche (premium) Softdrinks trinkst du gerne?

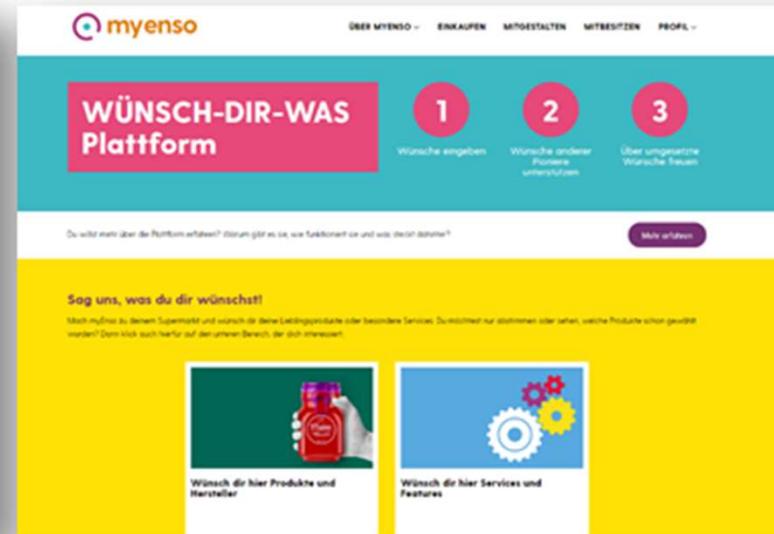
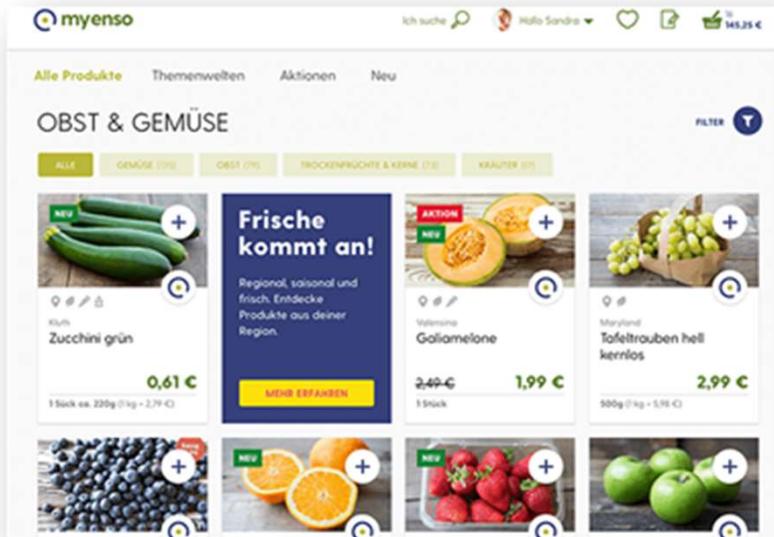


Kennst du gebraute Limonaden?

Hast du schon mal eine gebraute

Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“

Exkurs – Wer ist eigentlich myEnso?



EINKAUFEN

Einkaufen wie bisher, nur viel besser

- 25.000 Produkte und viele einzigartige Food-Start-ups
- One-Stop-Shopping für alle relevanten Bedürfnisse aus einer Hand
- Shopping-Experience, dem gelernten Einkaufsverhalten entsprechend

MITGESTALTEN

myEnso-Mitglieder haben das Sagen

- Produktsortiment mitgestalten
- myEnso Services mitgestalten
- Produkte gemeinsam mit Herstellern weiterentwickeln
- Neue Produkte mit Herstellern entwickeln

ERHEBEN & WEITERENTWICKELN

Spielwiese für Produkt-Hersteller

- Platzierung von Testprodukten im Onlinesupermarkt
- Versand von Samplings an die myEnso Community (In-home-use-tests)
- Permanente Lieferung von Daten und Insights für Next Generation Category Management

Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“

Gemeinsam entwickeln wir Szenarien (Ideation)



3. Online Co-Creation Workshop

- Evaluierung der Insights aus der Online-Community mit Ihnen – Vertretern aus Handel, Industrie und relevanten Branchen

Ausarbeitung der Zukunftsszenarien (August)

- Mit dem Wissen aus Schritt 1+2 werden wir erste Szenarien verdichten und mit den Partnern/Experten aufgearbeitet (3-4 Co-Creation Sprints via Webinar)
- Die Konzepte und Themen-Cluster werden kuratiert und sortiert (nach Zielgruppe, ggf. Kanal: SB, Discount, Mini etc.) und vertieft/ konzepiert.
- Ziel: X Szenarien mit konkreten und anwendbaren Innovationen

[Die ggf. allgemeinen Konzepte können auch innerhalb einer Kategorie branchenexklusiv vertieft werden.]

z.B. die Geburt von myEnso

50 getestete Konzepte,
viele wurden umgesetzt



Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“

Proof of Concept bzw. unserer Zukunft-Szenarien



4. Online-Befragung

- Quantitative Überprüfung der erarbeiteten Szenarien in einer repräsentativen Befragung (n=1.500)
- Die Szenarien werden vertont, visualisiert und repräsentativ in einer Online-Befragung auf ihre Tauglichkeit/ Akzeptanz geprüft
- Die co-entwickelten Szenarien (inkl. Konzepte, Ideen) und die Themen-Cluster selbst werden in einem Fragebogen umgesetzt (inkl. Visualisierungen/Audio)
- Ziel: Welche Szenarien/ Konzepte sind wo (ZG-Segmente) akzeptiert

[Auch hier können kunden-individuelle Fragen und kategorie-spezifische Konzepte getestet und bewertet werden.]



Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“

Machen. Machen. Machen. Experimente im Handel.



5. Testmarkt

- Die vielversprechenden und heute schon umsetzbaren Szenarien und Einzelmaßnahmen werden wir mit den mind. 10 beteiligten Händlern im Testmarkt umsetzen.

Umsetzung & Experimentieren im Handel (Oktober/ ff)

- **Zukunftsstudie goes realer Testmarkt!**
- Wir konnten bereits jetzt 10 Händler von Rewe und Edeka aus unserer Händler-Community für diese wichtige Experimentierphase verpflichten.
- Ziel: Welche Szenarien/ Konzepte sind wo kommen im Markt an und haben welche Effekte (Verweildauer? Umsatz? Eperience etc.?)

[Auch hier können kunden-individuelle Fragen und kategorie-spezifische Konzepte getestet und bewertet werden.]



Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“

Output

VITALISIERUNG DES HANDELS

Wie sich Lebensmittelhandel
jetzt fit für die Zukunft
machen kann.



TREND
BÜRO



- **Format** Studienband als interaktives PDF | Verknüpfung verschiedener Formate sowie Medien
- **Option** *Zusatzkapitel zu den spezifischen Auswirkungen auf das eigene Unternehmen*

Pauschalpreis pro Teilnehmer:

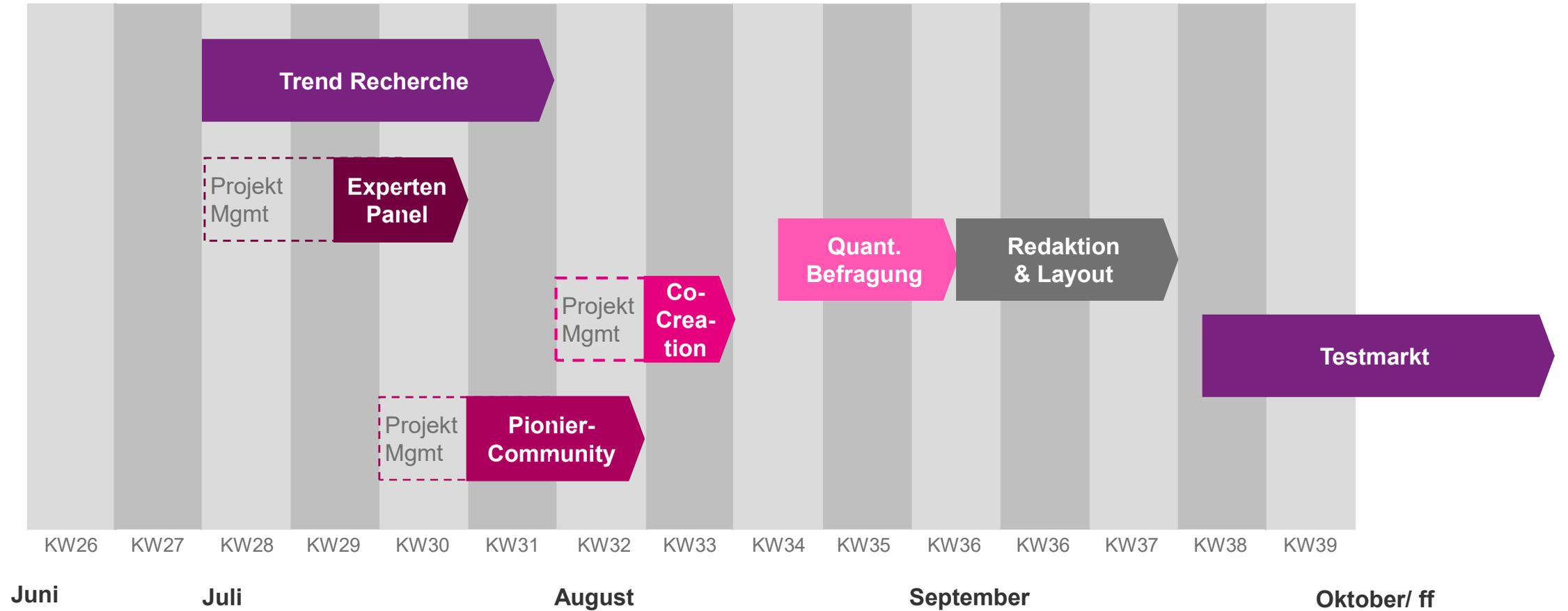
- EUR 10.000 ,-- (für Stufe 1-4)
- zzgl. Kosten für Prototyping/ Umsetzung im Testmarkt bzw. kundenindividuelle Teilprojekte



TREND
BÜRO

Zukunftsstudie und Testmarkt „Vitalisierung des Handels“

Timeline 2020



Studienbände

Ausgewählte Beispiele



WERTE-INDEX 2020 (Ausgabe 6)

- Social Media Listening, Experteninterviews, qualitative & quantitative Auswertung
- Output: Langzeitbeobachtung der 10 wichtigsten Werte der Deutschen



Zukunftsstudie ERNÄHRUNG

- Co-Creation Workshop Experten und Konsumenten/ repräsentative Befragung
- Output: 5 Szenarien zur Zukunft der Ernährung



Trendstudie HANDEL

- CoCreation Workshop / Fokusgruppen / repräsentative Befragung
- Output: 5 Thesen zum Handel der Zukunft

Seien Sie dabei.

**Die Zukunft des Lebensmittelhandels nach
Corona ist eine gemeinsame Sache.**

Ihr Team



Ulrich Köhler
+49 (0) 174 3137809
u.koehler@trendbuero.com



Ann-Kathrin Brauns
+49 (0) 174 2047410
a.brauns@trendbuero.com



Aksana Cepurnova
+49 (0) 421 46022 34
Aksana.Cepurnova@bonsai-research.com



Jens Krüger
+49 (0) 160 8835825
Jens.Krueger@bonsai-research.com



Stefan Feldmeier
+49 (0) 421 46022 31
Stefan.Feldmeier@bonsai-research.com

Über Trendbüro

Das Trendbüro entwickelt Konsumenten-Insights, Innovationsstrategien und Markenleitfäden für Kunden verschiedener Industrien. Seit 1992 untersuchen wir Megatrends, technologischen Wandel und gesellschaftliche Entwicklungen sowie deren Einfluss auf Konsumenten und Märkte. Wir übersetzen sie in klare Handlungsanweisungen, auf Basis derer sich Unternehmen an den Wandel anpassen und den Kunden von morgen ansprechen können.

Trendbüro. Understanding and acting on disruptive change.
www.trendbuero.com

Über Bonsai

Bonsai wurde 2004 gegründet und ist Spezialist für Testmärkte, Shopper-Research, Analytics und Mystery-Research. Mit 15 Jahren Erfahrung im nationalen und europaweiten Konsumgüter- und Gesundheitsmarkt hat sich Bonsai vom Medientestmarkt zu einer Experimentierplattform für Marketing-Innovationen mit Fokus auf den Handel (u. a. LEH, Drogerien, Baumärkte, Apotheken etc.) entwickelt. Bonsai bietet experimentelle Markterforschung nah am Kunden und begleitet Innovationen von der Ideen- und Konzeptentwicklung bis zur Einführung des Produkts und darüber hinaus.

Bonsai. Wir begleiten Innovationen.
www.bonsai-research.com

