

Konsumtrends 2030

4. Dezember 2024



gettyimages®
Credit: Oscar Wong

Dr. Stephanie Rumpff

PwC Düsseldorf



- **Head of Business Development**

Deutschland und EMEA

- **20 Jahre in Consumer Markets**

Consumer Insights und Thought Leadership

- **women&consumermarkets**

Netzwerk und Wachstum

Warum wir über Konsumtrends 2030 sprechen müssen

Wie viel Prozent der CEOs denken, dass ihr Unternehmen in 10 Jahren nicht mehr existiert, wenn sich dieses nicht grundlegend transformiert?



Warum wir über Konsumtrends 2030 sprechen müssen

Wie viel Prozent der CEOs denken, dass ihr Unternehmen in 10 Jahren nicht mehr existiert, wenn es sich nicht grundlegend transformiert?

45%

Konsum 2030 – Konsumtrends für den Handel von morgen

Future of Retail – Teil 1



Future of Retail – fünf Handlungsfelder auf dem Weg zum Handel 2030

Future of Retail – Teil 2



Vier Einflussfaktoren werden den Konsum 2030 prägen

1

Demografie & Diversität der Gesellschaft

- Generationenwechsel im Arbeitsmarkt
- Arbeits- und Fachkräftemangel
- Diversität z.B. durch Migration

3

Technologische Entwicklungen

- Technologie entwickelt sich rasant weiter
- Künstliche Intelligenz (KI) setzt sich durch und verändert den Konsum

2

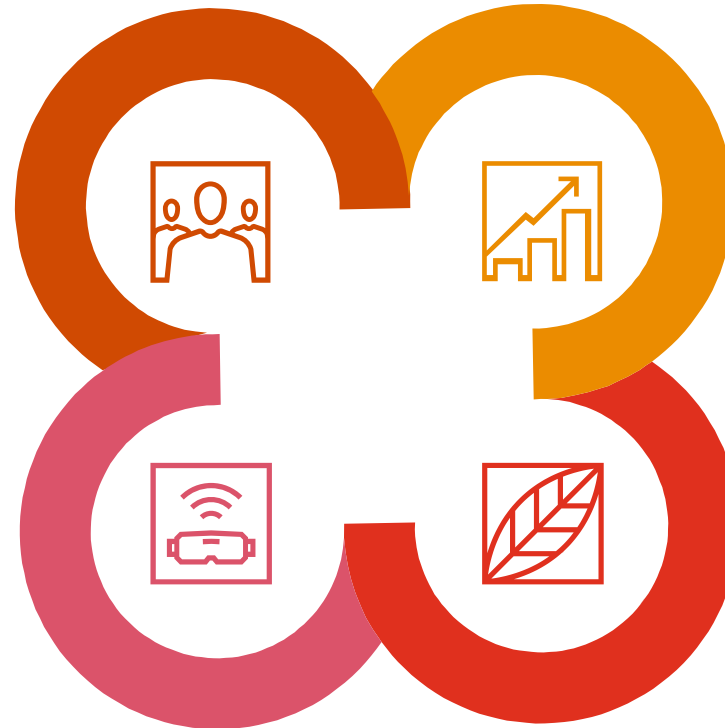
Wirtschaftliche, soziale und geopolitische Entwicklungen

- Verunsicherung durch geopolitische Konflikte und die konjunkturelle Entwicklung
- Auswirkungen auf die Verfügbarkeit von Rohstoffen und Produkten
 - Preisbewusstsein bleibt hoch

4

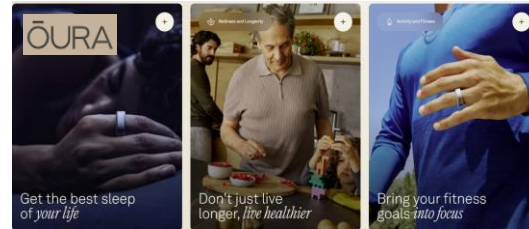
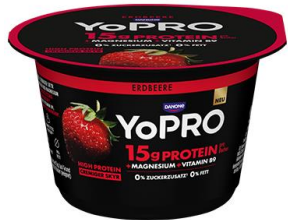
Ökologische Entwicklungen

- Bewusstsein für den Klimawandel nimmt zu
- Planetare Grenzen erreichen kritischen Punkt in Europa
 - Klimabedingte Preisschwankungen für Produkte des täglichen Bedarfs
 - Strengere Regulierungen



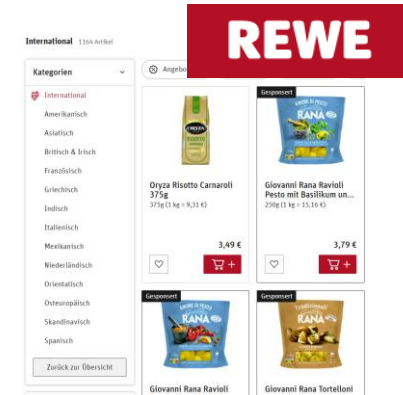
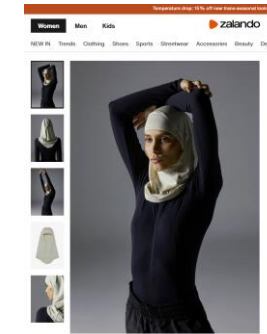
Konsumtrend 1 - Demografie und Vielfalt: Die Vielfalt der Lebensstile und Präferenzen nimmt deutlich zu

Beispiel 1 Gesundheitsbewußtsein



- Die Nachfrage nach gesunden Produktalternativen sowie **personalisierten Produkten und Dienstleistungen**, die auf persönlichen Gesundheitsdaten basieren, wird steigen.
- **Ökosysteme** rund um **Gesundheit** und **Longevity** entstehen (z. B. Markenhersteller von Sportbekleidung, Nahrungsergänzungsmitteln und Fitnessplattformen).
- Gleichgesinnte finden Austausch und Verbundenheit in **(Online-)Communities**.
- Durch den Aufbau von Communities können sich Einzelhändler und Marken nicht nur **differenzieren und die Kundenbindung erhöhen**, sondern auch das Engagement der Community zur **Mitgestaltung** nutzen.

Beispiel 2 Ethnischer Konsum



Bünting prüft eine Großhandelspartnerschaft mit dem Lebensmittelhändler Karadag. Auch um neue Sortimente für die eigenen Märkte geht es dabei.

- Die **Anforderungen an das Produktportfolio** werden diverser, Einzelhändler werden ihre Produktpalette anpassen oder sich auf bestimmte Segmente spezialisieren.
- Potenzielle **neue Kundengruppen werden gezielt angesprochen**, z.B. in ihrer bevorzugten Sprache, durch optimierte Werbung usw.

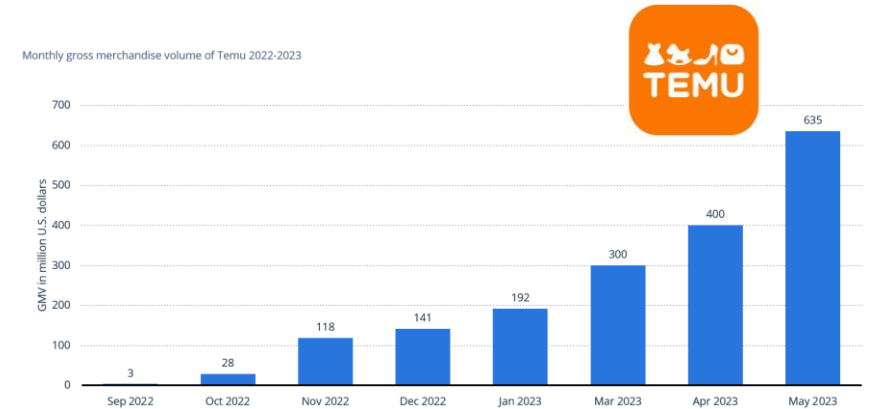
Konsumtrend 2 - Wirtschaftliche, soziale und geopolitische Entwicklungen: Das Preisbewusstsein bleibt hoch



- Die Konsument:innen bleiben beim Einkauf **preissensibel** und achten auf das **Preis-Leistungs-Verhältnis**.
- Bei **Gütern des täglichen Bedarfs** wird sich der **Wechsel zu** anderen (**Handels-**) **Marken** mit einem besseren Preis-Leistungs-Verhältnis weiter beschleunigen.



- Gleichzeitig sind die Konsument:innen **bereit**, ein **Preispremium** für Produkte und Marken zu zahlen, die **ihren individuellen Lebensstil** unterstreichen, z.B. Beauty-Marken, (nachhaltige) Modelabels, Bio-Lebensmittel, Luxus-Handtaschen.
- **Communities, Influencer** und **Testimonials** spielen bei Lifestyle-Produkten eine wichtige Rolle für den Aufbau von **Markentreue**.



700 Mio. Euro
Umsatz im Jahr
2023!

93%
Kundenloyalität
im Smartphone-
Markt



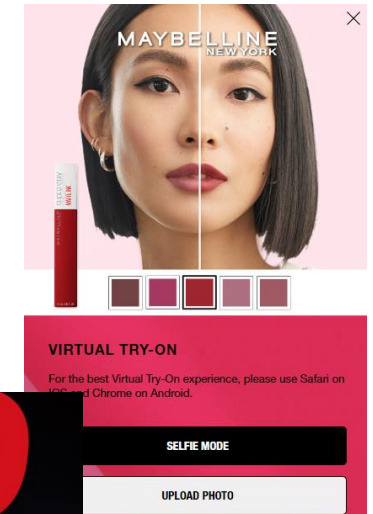
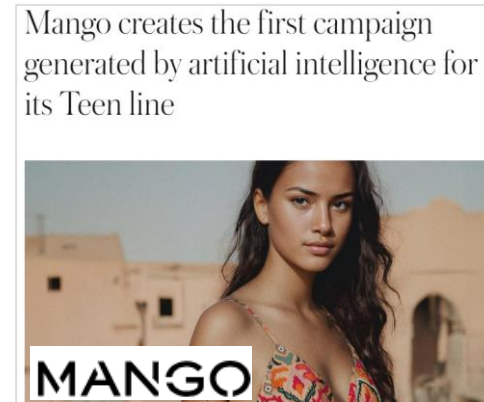
Konsumtrend 3 - Technologische Entwicklungen: Technologie ermöglicht neue Convenience



- Einzelhandelstechnologien werden in den kommenden Jahren helfen, **dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken**.
- Technologie ermöglicht **neue Annehmlichkeiten** im stationären Handel, z. B. durch virtuelle Anproben von Kleidung oder 24/7 Shopping in autonomen Ministores.
- **Apps verknüpfen** nahtlos **verschiedene Kanäle** und gesammelte Kundendaten ermöglichen personalisierte Angebote, Beratung und Produkte.



- Beim Einkauf von Gütern des täglichen Bedarfs werden die Konsument:innen **KI** nutzen, um sich **beraten zu lassen** und **wiederkehrende Einkäufe zu tätigen**.
- Obwohl die Konsument:innen bereits heute auf bestimmte **KI-Lösungen** setzen, **sehen sie auch Risiken** in der Digitalisierung.



Konsumtrend 4 - Ökologische Entwicklungen: Nachhaltiger Konsum wird zum Mainstream

- Die Konsument:innen wollen **bewusster** einkaufen und/oder nachhaltige Produkte kaufen, die das Klima weniger belasten. Sie fordern **mehr Transparenz** und Informationen.
- Nachhaltiger Konsum wird bis 2030 zum **Mainstream** werden, wenn er **bequem und unkompliziert** ist.
- Auch **regulatorische Anforderungen** treiben Unternehmen zu nachhaltigem Handeln an. Die Liste der nachhaltigkeitsbezogenen Vorschriften ist lang und wird bis 2030 noch länger werden.
- Ganzheitliche Ansätze für **Kreislaufwirtschaft** werden sich etablieren.



ESG-Regulierung

- § Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)
- § Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM)
- § EU Taxonomy
- § EU Deforestation Regulation (EUDR)
- § EU Corporate Social Due Diligence Directive (CSDDD)
- § Green Claims Directive
- § Ecodesign for Sustainable Products Regulation (ESPR)
- § Extended Producer Responsibility (EPR)
- §§§...



LUSH



H&M RENTAL

Mehr beeindrucken. Weniger konsumieren. Willkommen bei H&M Rental. Eine Sammlung purer Fabelhaftigkeit, die alle H&M Member ausleihen können. Buche deine persönliche H&M Rental Styleberatung in unserem H&M Mitte Garten Geschäft.



JETZT BUCHEN
RESERVIERE HIER DEINEN
BERATUNGSTERMIN.

WAS KANN ICH AUSLEIHEN?
WIRF EINEN BLICK AUF DIE H&M
RENTAL KOLLEKTION.

SO FUNKTIONIERT ES
STIEHL ALLEN DIE SHOW. LEIHE
DAS OUTFIT. SO FUNKTIONIERT
H&M RENTAL.

Fit für 2030?

Fünf Handlungsfelder für die Konsumgüterbranche

Customer Focus

1

- Personalisierung
- (Online-) Communities
- Consumer Data Excellence



Cost Efficiency

2

- Business Portfolio Bereinigung
- Operational Excellence in der Supply Chain



Omnichannel Enablement

3

- Direct-to-Consumer
- Customer Journey Excellence



ESG Compliance

4

- Lieferanten (LkSG, CSDDD)
- Kreislaufwirtschaft



Technology Fit

5





Dr. Stephanie Rumpff

Head of Business Development
Consumer Markets DE & EMEA

Mobile: +49 170 2112285

stephanie.rumpff@pwc.com

Follow me on [LinkedIn](#)

pwc.com



Lesen Sie mehr unter
www.pwc.de/future-of-retail



© 2024 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

All rights reserved. In this document, "PwC" refers to PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL). Each member firm of PwCIL is a separate and independent legal entity.