

Pressemitteilung

# Future:Guide Handel: KI, China und Creator-Kultur verändern alles

*Neue Studie von Theresa Schleicher und The Future:Project identifiziert sechs zentrale Trends, die über Erfolg oder Scheitern des Handels entscheiden.*



Frankfurt, 13. Oktober 2025 – Der Handel steht vor einer Zeitenwende: Steht er still, schrumpft er – oder er denkt radikal neu. Das zeigt der aktuelle *Future:Guide Handel* von **Theresa Schleicher**, führende Handelszukunftsforscherin Deutschlands für Handelstrends bei The Future:Project. **„Wenn ein Viertel der Deutschen mehr sparen will, hat der Handel nur zwei Wege: stehen bleiben und kleiner werden – oder umdenken“**, fasst Schleicher die Dringlichkeit zusammen.

Die Studie identifiziert sechs zentrale Trends, die das Gesicht des Handels in den kommenden Jahren prägen werden:

**1. Chinese Power:** Marken wie Temu und Shein entwickeln sich in Europa zu Alltags-Ökosystemen. Sortiment, schnelle Lieferung, Gamified Loyalty und C2M-Datenintegration verbinden Konsument:innen, Produzenten und Services zu einer neuen Handelslogik jenseits von Preisstrategien. Schleicher versichert: „Die Chinaisierung des europäischen Handels ist keine Zukunftsmusik, sie passiert schon heute.“

**2. Retail Agents:** Künstliche Intelligenz übernimmt Sortimente, Preise und Kundenkommunikation. Laut Gartner werden bis 2040 70 Prozent der Konsument:innen täglich persönliche KI-Agenten nutzen. Die Retail Agents verstehen Kund:innen, treffen Entscheidungen und gestalten Sortimente, Preise und Services dynamisch – vom virtuellen Ernährungscoach bis zum empathischen Store-Assistenten.

**3. Inspirational Intelligence:** Vom Rabatt zur Überraschung – Influencer:innen gestalten das Einkaufserlebnis neu. Online wie im Store wird Konsum zum emotionalen, relevanten Erlebnis. Doch einer Bitkom-Umfrage zufolge haben 49 Prozent der Handelsunternehmen keine Creator-Strategie.

**4. Functional Markets:** Die Verbindung von Gesundheit, Genuss und Technologie: Produkte von Snacks über Textilien bis zu Wearables werden personalisiert, wirksam und erlebbar – Alltag, Lifestyle und Wohlbefinden verschmelzen. Gesundheit wird sinnlich, emotional und kuratierbar.

**5. Nachhaltiger Mainstream:** Gebrauchte, wiederaufbereitete und hochwertige Materialien schaffen Konsumerlebnisse, die nicht nur nachhaltig, sondern auch erschwinglich und emotional aufgeladen sind. Luxus, Qualität und Umweltbewusstsein verschmelzen in neuen Geschäftsmodellen. Schleicher: „Handel kann nur dann langfristig bestehen, wenn Ökonomie und Ökologie zusammenkommen.“

**6. New Glocal Cultures:** Menschen bevorzugen lokale Produkte, mediterrane Lebensstile und europäische Marken, die Geschichten, Qualität und Authentizität vermitteln. Regionalität und Nachhaltigkeit verbinden praktischen Nutzen mit einem globalen Lebensgefühl. Regionale Identität wird zum Wettbewerbsvorteil – gerade im Zeitalter hybrider Konsumwelten.

Fakten untermauern die Trends im Handel: Gucci verzeichnete 2024 einen Umsatzrückgang von 23 Prozent, während der Secondhand-Luxusmarkt weltweit 48 Mrd. € umsetzt. Influencer-Marketing boomt in Deutschland mit 622 Mio. € Werbeausgaben (+30 % seit 2022). Zwischen 2020 und 2024 verschwanden allein in Deutschland rund 46.000 Einzelhandelsgeschäfte – ein tiefgreifender Strukturwandel, der nicht nur sichtbar, sondern auch spürbar ist, so der HDE. „Disruption ist keine Innovationslaune mehr, sondern evolutionäre Notwendigkeit“, betont Schleicher. „Die Frage ist nicht mehr, ob alles so weitergeht wie bisher – die Frage ist: Was darf bleiben?“

Der *Future:Guide Handel*, präsentiert in Kooperation mit der Lebensmittel Zeitung, richtet sich an Entscheidungsträger:innen, Handelsunternehmen und alle, die verstehen wollen, wie KI, Creator-Kultur und globale Dynamiken den Handel prägen. Die Studie ist ab sofort verfügbar.

**Kontakt für Medienanfragen:**

The Future:Project

Christian Schuldt

christian.schuldt@thefutureproject.de

[www.thefutureproject.de](http://www.thefutureproject.de)

Ein Rezensionsexemplar des Future:Guide Handel ist auf Nachfrage erhältlich.

Branchenspezifische Interviews mit Theresa Schleicher sind möglich.