



# Branchentrends Lebensmittel- zelhandel 2026

Branchenentwicklungen und Best Practices

---

**Autor:** Christos Kapodistrias  
**Kategorie:** Industry Research  
**Kunde:** MPREIS Warenvertriebs GmbH  
**Datum:** 19.02.2026  
**Version:** 1.0  
**Klassifikation:** **CUSTOMER OPEN ANALYSIS**

# Inhaltsverzeichnis

---

Branchentrends Lebensmitteleinzelhandel 2026 .....	3
Zusammenfassung .....	3
1. Aktuelle Technologietrends .....	3
1.1 Self-Checkout und autonome Kassen .....	3
1.2 Smart Shelves und Electronic Shelf Labels (ESL) .....	4
1.3 Robotik im Store .....	4
1.4 Digital Signage .....	4
1.5 RFID und IoT .....	4
2. AI-Adoption im LEH .....	4
2.1 Demand Forecasting und Bestandsoptimierung .....	5
2.2 Dynamic Pricing .....	5
2.3 Personalisierung und Recommendation Engines .....	5
2.4 Computer Vision (Regalerkennung, Diebstahlpraevention) .....	5
2.5 Chatbots und Kundenservice .....	5
2.6 Generative AI fuer Marketing und Content .....	5
3. E-Commerce und Omnichannel .....	6
3.1 Quick Commerce / Rapid Delivery .....	6
3.2 Click & Collect .....	6
3.3 Dark Stores und Micro-Fulfillment .....	6
3.4 Last-Mile-Logistik .....	6
4. Regulatorische Entwicklungen .....	6
4.1 Lebensmittelsicherheit und Rueckverfolgbarkeit .....	6
4.2 EU-Vorschriften (Verpackung, Nachhaltigkeit) .....	7
4.3 Digitaler Produktpass (DPP) .....	7
5. Nachhaltigkeit .....	7
5.1 Lebensmittelverschwendung reduzieren .....	7
5.2 Nachhaltige Lieferketten .....	7
5.3 Energieeffizienz in Filialen .....	7
6. Marktprognosen und Zukunftstrends .....	8
6.1 Autonome Stores .....	8
6.2 Retail Media Networks (RMN) .....	8
6.3 Hyper-Personalisierung .....	8
6.4 Agentic AI und autonome Systeme .....	8
Oesterreichischer Marktkontext .....	9
Marktstruktur .....	9
Besonderheiten des oesterreichischen Marktes .....	9
Implikationen fuer MPREIS .....	9
Kurzfristige Chancen (2026–2027) .....	9
Mittelfristige Chancen (2027–2029) .....	9
Strategische Differenzierung .....	9
Quellen .....	10

# Branchentrends Lebensmitteleinzelhandel 2026

**Research-Task:** MPREIS-R5 **Stand:** Februar 2026 **Status:** Abgeschlossen

## Zusammenfassung

Der Lebensmitteleinzelhandel (LEH) befindet sich 2026 in einer der tiefgreifendsten Umbruchphasen seiner Geschichte. Getrieben durch Kuenstliche Intelligenz, Automatisierung und veraenderte Konsumentenerwartungen transformiert sich die Branche rasant. Fuer MPREIS als regionalen Tiroler Lebensmittelhaendler ergeben sich daraus erhebliche Chancen und Risiken.

Kennzahl	Wert	Quelle
Globaler Retail-Tech-Spend	USD 388 Mrd. (2026, prognostiziert)	Grocery Dive
AI in Food Retail & E-Commerce Markt	USD 3,5 Mrd. (2025) auf USD 13,4 Mrd. (2030); CAGR 30,8 %	GlobeNewsWire
ESL-Markt (weltweit)	USD 2,09 Mrd. (2025) auf USD 7,32 Mrd. (2033); CAGR 17,4 %	Grand View Research
Retail Media Networks (global)	USD 184 Mrd. (2025) auf USD 312 Mrd. (2030)	Adtelligent
Quick Commerce Europa	USD 54,9 Mrd. (2025); CAGR 8,6 %	Market Data Forecast
Self-Checkout Europa	USD 1,62 Mrd. (2024) auf USD 5,36 Mrd. (2033)	Market Data Forecast
LEH Oesterreich Gesamtmarkt	Ueber EUR 30 Mrd. Jahresumsatz; Top-4 halten 92 %	Regiodata / Statista
SPAR Marktanteil AT (2025)	36,8 % (Jahresschnitt), REWE 32,3 %, Hofer+Lidl 25,6 %	Leadersnet

## 1. Aktuelle Technologietrends

### 1.1 Self-Checkout und autonome Kassen

Der Self-Checkout-Markt in Europa waechst dynamisch. Die Zahl der Filialen mit festen Self-Service-Kassen stieg in den letzten zwei Jahren um **143 %** auf ueber **10.366 Standorte** (Stand August 2025). Der europaeische Markt fuer Self-Checkout-Systeme wurde 2024 mit USD 1,62 Mrd. bewertet und soll bis 2033 auf USD 5,36 Mrd. wachsen.

**Autonome Stores** bleiben hingegen weitgehend im Pilotstadium. REWE betreibt in Deutschland vier Pick&Go-Teststores (Koeln, Berlin). Die polnische Convenience-Kette Zabka hat das groesste Netzwerk kassenloser Stores in Europa aufgebaut. KI-gestuetzte Verlustpraevention an Self-Checkout-Kassen –

etwa die litauische ScanWatch-AI-Plattform – verhindert bei knapp 1.000 Kassenbahnen Verluste von rund EUR 22.000 pro Tag.

**Relevanz fuer MPREIS:** Als regionaler Haendler mit vielen Standorten unterschiedlicher Groesse bieten sich insbesondere hybride Self-Checkout-Loesungen an. Autonome Stores sind fuer den regionalen Kontext (noch) weniger relevant.

## 1.2 Smart Shelves und Electronic Shelf Labels (ESL)

Electronic Shelf Labels (ESL) haben 2025/2026 den Sprung vom Pilotprojekt in den Mainstream geschafft. Walmart kuendigte den Rollout auf **2.300 Standorte** bis 2026 an. Der globale ESL-Markt waechst von USD 2,09 Mrd. (2025) auf prognostizierte USD 7,32 Mrd. (2033) – ein CAGR von 17,4 %.

ESL ermoeglichen: - **Echtzeit-Preisanpassungen** ohne manuellen Aufwand - **Dynamic Pricing** und automatisierte Markdowns bei Ablaufdaten - **Integration mit Warenwirtschaftssystemen** fuer bessere Bestandstransparenz - **Reduktion von Lebensmittelverschwendung** durch automatische Preisreduktion vor Ablauf

Der E-Paper-Display-Bereich waechst mit einem CAGR von 18,1 % am schnellsten. Die Kombination von ESL mit AI-gesteuertem Dynamic Pricing ist einer der zentralen Technologie-Hebel im LEH 2026.

## 1.3 Robotik im Store

Roboter kommen im LEH zunehmend fuer Inventur, Regalueberwachung und Bodenreinigung zum Einsatz. Walmart und Carrefour setzen Shelf-Scanning-Roboter ein, die mit Computer Vision Regalluecken in Echtzeit erkennen. Auf der EuroShop 2026 (22.–26. Februar 2026, Duesseldorf) liegt der Fokus allerdings auf pragmatischen Loesungen: „Who Needs Robots, Let’s Solve the Basics First“ war ein praegendes Thema – ein Signal, dass viele Haendler zunaechst grundlegende Digitalisierungsschritte priorisieren.

## 1.4 Digital Signage

Digitale Werbedisplays in Filialen werden zunehmend mit Retail-Media-Netzwerken verknuepft. Dynamische Inhalte, personalisierte Angebote und standortbezogene Werbung auf In-Store-Screens sind ein wachsendes Ertragspotenzial. Im Zusammenspiel mit Loyalty-Programmen und Kundendaten ermoeglicht Digital Signage eine zielgerichtete Kundenansprache am Point of Sale.

## 1.5 RFID und IoT

IoT-Sensoren ueberwachen Kuehlketten, Energieverbraeuche und Lagerbestaende in Echtzeit. RFID-Tags ermoeglichen: - Lueckenlose Rueckverfolgbarkeit von der Produktion bis ins Regal - Automatisierte Bestandserfassung - Schnellere Inventurprozesse

Die Integration von RFID, IoT und Cloud-Plattformen schafft die Datengrundlage fuer KI-gestuetzte Optimierung entlang der gesamten Lieferkette.

---

## 2. AI-Adoption im LEH

---

Der KI-Markt im Food Retail und E-Commerce waechst von USD 3,5 Mrd. (2025) auf USD 13,4 Mrd. bis 2030 – ein CAGR von 30,8 %. Laut Stanford AI Index nutzen 78 % der Unternehmen KI (2024), gegenueber 55 % im Vorjahr. 87 % der Retailer berichten von positivem Umsatzeffekt durch KI, 94 % von reduzierten Betriebskosten.

## 2.1 Demand Forecasting und Bestandsoptimierung

KI-gestuetztes Demand Forecasting ist der reifste und wirkungsvollste AI-Anwendungsfall im LEH: - **30–40 % Reduktion** bei verderblichem Warenschwund durch optimierte Einkaufsentscheidungen - Prognosen auf **Filialebene**, unter Beruecksichtigung lokaler Praeferenzen, Fussgaengerfrequenz und regionaler Events - Automatische Nachbestellung reduziert Personalaufwand - Lebensmittelabfaelle und Regalluecken kosten den europaeischen/US-Handel jaehrlich **USD 188 Mrd.**

**Anbieter-Oekosystem:** SymphonyAI, Algomomy, LEAFIO, Blue Yonder, Guac (YC-Startup) bieten spezialisierte Loesungen fuer den LEH.

## 2.2 Dynamic Pricing

Ueber **70 % der europaeischen Haendler** werden bis Ende 2026 eine Form von Echtzeit-Preisautomatisierung einsetzen. 55 % planen, Dynamic Pricing mit Generativer KI 2026 zu pilotieren.

Aktuelle Situation: - Online-Handel: Dynamic Pricing bereits etabliert - Stationaerer Handel: noch in den Anfaengen, aber durch ESL-Verbreitung stark beschleunigt - Europaeische Vorreiter: Spanien, Italien, Deutschland, Niederlande - **Wasteless** (Israel) bietet AI-gestuetztes Dynamic Pricing speziell fuer ablaufende Lebensmittel

**Regulierung:** Die EU verlangt seit 2025 Transparenz bei personalisierter Preisgestaltung. 2026 werden diese Regeln auf Dynamic Pricing im Marketplace ausgeweitet. Fuer den oesterreichischen Markt besonders relevant: Konsument:innen reagieren auf Preiserhoehungen im LEH aeusserst sensibel.

## 2.3 Personalisierung und Recommendation Engines

- **45,8 %** der Konsument:innen wuerden einen In-App-Chatbot nutzen, der Mahlzeiten vorschlaegt und den Warenkorb befuellt
- **32,6 %** wuerden KI erlauben, Standardartikel automatisch nachzubestellen
- **70 %** der Einkaufenden haben bereits KI-Tools beim Shopping genutzt
- 2026 werden Konsument:innen zunehmend auf intelligente Agenten setzen, die Einkaufe planen, vergleichen und abschliessen

Hyper-Personalisierung nutzt Verhaltens-, Transaktions- und Kontextdaten fuer massgeschneiderte Inhalte, Botschaften und Angebote in Echtzeit ueber alle Kanaele.

## 2.4 Computer Vision (Regalerkennung, Diebstahlpraevention)

Der Computer-Vision-Markt im Retail soll bis 2028 **USD 20 Mrd.** uebersteigen. 68 % der US-Haendler pilotieren oder implementieren Computer Vision bereits.

**Anwendungen:** - **Regalerkennung:** 95–99 % Genauigkeit bei Echtzeit-Bestandsmonitoring; Focal Systems verwandelt bestehende Regale mit Kameras in Smart Shelves - **Diebstahlpraevention:** Erkennung von Non-Scans am Self-Checkout reduziert Warenschwund um zweistellige Prozentsaetze im ersten Jahr; Erkennung verdaechtiger Verhaltensweisen (Shoplifting, Sweethearting) - **ROI:** Amortisation typischerweise in 6–9 Monaten; bis zu 98 % Genauigkeit in gut beleuchteten Umgebungen

## 2.5 Chatbots und Kundenservice

KI-gestuetzte Chatbots uebernehmen im LEH zunehmend: - Produktberatung und Rezeptvorschlaege - Bestellstatus und Lieferverfolgung - Reklamationsabwicklung - FAQ-Handling und Filialinformationen

Die Integration von Conversational AI in Loyalty-Apps wird 2026 zum Standard. Grocers wie Albert Heijn nutzen KI-Chatbots bereits erfolgreich zur Kundenbindung.

## 2.6 Generative AI fuer Marketing und Content

Fast zwei Drittel der Marketer erwarten, dass der Content-Bedarf bis 2026 um das **Fuenffache** steigt. GenAI uebernimmt: - Erstellung von Kampagnen, Social-Media-Content, E-Mail-Marketing und Anzei-

genmaterial - Lokalisierte Versionen von Werbematerialien fuer verschiedene Maerkte - Personalisierte Produktbeschreibungen und Angebotsflyer - SEO-optimierte Inhalte fuer Online-Shops

Albert Heijn nutzt KI-Produkte, um frische Lebensmittel vor Ablauf automatisch zu kennzeichnen und zu reduzieren – unterstuetzt durch ESL fuer schnelle Umsetzung.

---

### 3. E-Commerce und Omnichannel

---

#### 3.1 Quick Commerce / Rapid Delivery

Der europaeische Quick-Commerce-Markt liegt 2025 bei **USD 54,9 Mrd.** und waechst auf USD 59,6 Mrd. (2026). Der Lebensmittelbereich dominiert mit **56,5 % Marktanteil.**

**Entwicklungen:** - Das 10–15-Minuten-Lieferversprechen hat sich in Grosstaedten etabliert - Konsolidierung: Getir und Gorillas fusionierten 2024 - Deutschland und Frankreich fuehren die europaeische Adoption an (CAGR je 8,5–8,6 %) - Delivery Hero ueberschritt erstmals EUR 1 Mrd. GMV im Q1 2025 im Quick-Commerce-Segment

**Relevanz fuer MPREIS:** Quick Commerce ist primaer ein urbanes Phaenomen. Fuer den Tiroler Markt mit vielen laendlichen Standorten sind Click & Collect und regionale Liefermodelle relevanter als 15-Minuten-Lieferungen.

#### 3.2 Click & Collect

Click & Collect bleibt das bevorzugte Omnichannel-Modell im LEH ausserhalb von Grosstaedten: - Niedrige Investitionskosten (bestehende Filialen als Fulfillment-Standorte) - Kein separates Lagernetzwerk noetig - Passt zu regionalen Haendlern mit dichtem Filialnetz - Ergaenzung durch Drive-Through-Abholung und Schliesssfaecher

#### 3.3 Dark Stores und Micro-Fulfillment

Dark Stores – kleine, ausschliesslich fuer die Online-Bestellabwicklung optimierte Lagerhaeuser – sind das praeferierte Modell fuer Quick Commerce. Sie ermoeglichen: - Schnellere Kommissionierung als in regulaeren Filialen - Hoehere Servicequalitaet und Verfuegbarkeit - Geringere Betriebskosten als grosse Zentrallager

Fuer regionale Haendler bieten sich Micro-Fulfillment-Center (MFC) als Ergaenzung bestehender Filialen an: automatisierte, kompakte Lagereinheiten innerhalb oder neben bestehenden Standorten.

#### 3.4 Last-Mile-Logistik

KI-optimierte Routenplanung senkt Last-Mile-Kosten um bis zu **30 %** durch intelligentes Routing und zonenbasierte Planung. Weitere Trends: - KI-gestuetzte Order-Management-Systeme beschleunigen die Auftragsabwicklung um bis zu **50 %** - Automatisierte Produktsubstitutionen bei Nichtverfuegbarkeit - E-Cargo-Bikes und elektrische Lieferfahrzeuge in urbanen Gebieten - Flexible Lieferfenster und Echtzeit-Tracking

---

### 4. Regulatorische Entwicklungen

---

#### 4.1 Lebensmittelsicherheit und Rueckverfolgbarkeit

Die EU verschaeft die Anforderungen an die Rueckverfolgbarkeit in der Lebensmittelkette kontinuierlich. Digitale Technologien (Blockchain, IoT, RFID) werden zunehmend zum Standard fuer: - Farm-

to-Fork-Transparenz - Schnelle Rueckrufaktionen - Herkunftsnachweise fuer regionale Produkte - Qualitaetsueberwachung in der Kuehlkette

## 4.2 EU-Vorschriften (Verpackung, Nachhaltigkeit)

**EU-Abfallrahmenrichtlinie (Oktober 2025):** Verbindliche Reduktionsziele fuer Lebensmittelabfaelle: - **30 % weniger** Abfall bei Handel, Gastronomie und Privathaushalten (pro Kopf) - **10 % weniger** Abfall in Verarbeitung und Herstellung

**EU-Verpackungsverordnung (PPWR):** Neue Vorgaben fuer Reduktion, Wiederverwendung und Recycling von Verpackungen treten schrittweise bis 2030 in Kraft.

**Transparenz bei Preisgestaltung:** Seit 2025 gelten EU-Leitlinien fuer Transparenz bei personalisierter Preisgestaltung. 2026 wird dies auf dynamische Marktplatz-Preisgestaltung ausgeweitet.

## 4.3 Digitaler Produktpass (DPP)

Der EU Digital Product Passport (DPP) wird ab Juli 2026 phasenweise verpflichtend – beginnend mit Batterien und energieintensiven Produkten (2026), gefolgt von Textilien und Elektronik (2027). **Lebensmittel sind explizit ausgenommen** vom DPP, ebenso Arzneimittel und Futtermittel. Allerdings werden aehnliche Transparenzanforderungen ueber die Lebensmittelsicherheitsgesetzgebung zunehmend relevant.

---

# 5. Nachhaltigkeit

---

## 5.1 Lebensmittelverschwendung reduzieren

In Oesterreich landen jaehrlich **1 Million Tonnen** einwandfreie Lebensmittel im Muell. Die Nachfrage nach Food-Waste-Tracking-Systemen steigt 2026 sprunghaft.

**Technologische Loesungen:** - **Too Good To Go:** In Oesterreich ueber 2,2 Mio. Nutzer:innen, 7.500+ Partnerbetriebe, ueber 14 Mio. gerettete Ueberraschungssackerl. SPAR ist bereits Partner. - **KI-gestuetzte Lagerverwaltung:** Optimiert Haltbarkeit und reduziert Ueberproduktion - **Automatisierte Markdown-Systeme:** Albert Heijn nutzt KI + ESL, um frische Ware vor Ablauf automatisch zu reduzieren - **Wasteless:** AI-gesteuerte Preisoptimierung fuer ablaufende Produkte - **Upcycling und Zero-Waste-Konzepte:** Verarbeitung von „unschoenen“ Produkten, Resteverwertung

## 5.2 Nachhaltige Lieferketten

Die globale Lebensmittelwirtschaft steht vor einer Transformation – bis 2035 entstehen durch Veraenderungen im Konsum, Anbau und Verkauf **USD 3,1 Bio.** in innovativen Wachstumsfeldern. Uebertragen auf Oesterreich ergeben sich Wachstumschancen von bis zu **USD 9,3 Mrd.**

Treiber nachhaltiger Lieferketten: - **Blockchain-basierte Rueckverfolgbarkeit** fuer Herkunftsnachweise - **Regionale Beschaffung:** Konsument:innen priorisieren Regionalitaet, Nachhaltigkeit und Qualitaet – ein strategischer Vorteil fuer MPREIS mit starker Tiroler Verankerung - **CO2-Bilanzierung** entlang der Lieferkette wird durch EU-Regulierung zunehmend verpflichtend - **Kurze Transportwege** als Differenzierungsmerkmal gegenueber Discountern

## 5.3 Energieeffizienz in Filialen

- **IoT-basiertes Energiemanagement:** Echtzeit-Monitoring von Kuehl-, Heiz- und Beleuchtungssystemen
- **Smart-Building-Technologien:** Automatisierte Steuerung von Klimaanlage und Beleuchtung basierend auf Kundenfrequenz

- **Energieeffiziente Kuehlsysteme:** Tueren an Kuehlregalen, CO2-basierte Kuehlung
  - **Photovoltaik auf Filialdaechern** und Eigenstromerzeugung
  - MPREIS ist hier bereits als Vorreiter positioniert (z. B. Wasserstoff-Projekt, nachhaltige Architektur)
- 

## 6. Marktprognosen und Zukunftstrends

---

### 6.1 Autonome Stores

Die Aera der vollautonomen Supermaerkte hat nicht wie prognostiziert Fahrt aufgenommen – Amazon zog sich 2023 teilweise aus Just Walk Out zurueck. Dennoch: - Zabka (Polen) baut das groesste Netzwerk kassenloser Stores in Europa - REWE Pick&Go laeuft in vier Teststandorten in Deutschland - Hybride Modelle (Scan & Go, Smart Carts) setzen sich staerker durch als komplett kassenlose Stores - **Intermarche** (Frankreich) pilotiert Smart Carts mit Shopic und Capgemini

**Prognose:** Bis 2030 werden hybride Checkout-Modelle Standard sein; vollautonome Stores bleiben eine Nische.

### 6.2 Retail Media Networks (RMN)

Retail Media ist einer der am schnellsten wachsenden Bereiche im Handel: - **Globaler Markt:** USD 184 Mrd. (2025) auf USD 312 Mrd. (2030) - **USA fuehrend:** USD 69,3 Mrd. (2026), 17,9 % YoY-Wachstum - **Europa 2–3 Jahre hinter den USA**, aber stark beschleunigend - Carrefour und Tesco fuehren europaeische Grocery-RMNs - Pan-europaeische Medienallianzen im LEH bilden sich

Fuer Lebensmittelhaendler werden RMNs zu einer wichtigen **Nebeneinnahme-Quelle**: FMCG-Hersteller buchen gezielte Werbung auf den digitalen Kanaelen der Haendler (App, Website, In-Store-Screens).

### 6.3 Hyper-Personalisierung

Die naechste Stufe der Personalisierung geht ueber Coupons und Angebote hinaus: - **KI-Agenten** planen, vergleichen und erledigen Einkaeufe autonom - **Kontextbezogene Angebote** basierend auf Standort, Tageszeit und Einkaufshistorie - **Gesundheitsbasierte Empfehlungen** (Allergien, Ernaehrungsziele, Naehrwertoptimierung) - **Predictive Shopping:** KI erkennt Nachkaufmuster und schlaegt proaktiv Bestellungen vor

**Datenschutz bleibt kritisch:** 60 % der Einkaufenden nennen Datenschutz als zentrale Sorge bei KI im Handel. Haendler muessen Personalisierung und Privatsphaereschutz balancieren.

### 6.4 Agentic AI und autonome Systeme

2026 bewegt sich KI aus dem Backoffice auf die Filialflaeche: - KI wird zum **Echtzeit-Betriebspartner** (nicht mehr nur Analysetool) - Autonome Nachbestellung, Personaleinsatzplanung und Energiesteuerung - Intelligente Assistenzsysteme fuer Filialmitarbeitende - Integration verschiedener KI-Systeme zu einer kohaerenten Plattform

---

# Oesterreichischer Marktkontext

---

## Marktstruktur

Haendler	Marktanteil 2025	Trend
SPAR-Gruppe	36,8 %	Steigend (38,1 % im Dez. 2025)
REWE-Gruppe (Billa, Penny)	32,3 %	Leicht fallend
Hofer + Lidl	25,6 %	Stabil
Sonstige (inkl. MPREIS)	ca. 5 %	Unter Druck

Die „Big 4“ (SPAR, REWE, Hofer, Lidl) halten **75 % der Standorte** und **92 % des Umsatzes**. Der Abstand zwischen SPAR und REWE hat sich auf 4,5 Prozentpunkte vergroessert. Kleinere Anbieter stehen unter zunehmendem Konsolidierungsdruck (Unimarkt-Aus als Signal).

## Besonderheiten des oesterreichischen Marktes

- **Konservativ und stark reguliert:** Begrenzte Flexibilitaet bei Arbeitszeiten und Innovation
- **Hohe Marktkonzentration:** Top-4 dominieren; wenig Raum fuer Newcomer
- **Regionalitaet als USP:** Konsument:innen schaezern regionale Produkte und Nahversorgung – strategischer Vorteil fuer MPREIS
- **Digitalisierung im Rueckstand:** Oesterreich liegt hinter Deutschland und Nordeuropa bei der digitalen Transformation im LEH
- **Tiroler Digitalisierungsfoerderung 2025:** Foerderungen bis 30 % fuer KMU, erhoehete Beratungsfoerderung auf 80 % – potenziell relevant fuer MPREIS-Digitalprojekte

---

## Implikationen fuer MPREIS

### Kurzfristige Chancen (2026–2027)

1. **ESL-Rollout** mit integriertem Dynamic Pricing fuer verderbliche Waren
2. **KI-gestuetztes Demand Forecasting** zur Reduktion von Lebensmittelverschwendung (30–40 % Einsparungspotenzial)
3. **Too Good To Go Integration** bzw. eigenes Anti-Waste-Programm
4. **Click & Collect** fuer das bestehende Filialnetz
5. **Self-Checkout** in hochfrequentierten Filialen

### Mittelfristige Chancen (2027–2029)

1. **Retail Media Network** fuer regionale FMCG-Lieferanten
2. **Hyper-Personalisierung** ueber eine digitale Loyalty-Plattform
3. **Computer Vision** fuer Regalueberwachung und Inventur
4. **Micro-Fulfillment** in ausgewaehlten Standorten
5. **GenAI** fuer Marketing, Content und Kundenservice

## Strategische Differenzierung

- **Regionalitaet + Digitalisierung:** MPREIS kann sich als „digitaler Nahversorger“ positionieren
- **Nachhaltigkeit als Marke:** Energieeffizienz, Anti-Waste, regionale Lieferketten
- **Tiroler Foerderungen nutzen:** Digitalisierungsfoerderung des Landes fuer KI- und Automatisierungsprojekte

---

## Quellen

---

- [Grocery Dive: 8 Grocery Industry Trends 2026](#)
- [GlobeNewsWire: AI in Food Retail to Grow 30.8% Annually Through 2030](#)
- [Retail Tech Innovation Hub: Five Key Retail Technology Trends 2026](#)
- [Clarkston Consulting: 2026 Grocery Trends](#)
- [Grand View Research: Electronic Shelf Label Market](#)
- [Market Data Forecast: Europe Self-Checkout Systems Market](#)
- [Market Data Forecast: Europe Quick Commerce Market](#)
- [GK Software: Self-Checkout Market Survey 2025](#)
- [EuroShop: Autonomous Stores – Future Reality or Hype?](#)
- [EuroShop: Dynamic Pricing in Retail](#)
- [Adtelligent: Retail Media Market Outlook 2026](#)
- [Rockbot: Retail Media Trends 2026](#)
- [TGN Data: Future of Retail Pricing in Europe 2026](#)
- [BizTech: Computer Vision Improving Loss Prevention NRF 2026](#)
- [Trantor: Computer Vision in Retail 2026](#)
- [Leadersnet: SPAR zieht REWE bei Marktanteilen davon](#)
- [Regiodata: Trendwende im Lebensmittelhandel 2025](#)
- [Too Good To Go Oesterreich](#)
- [Top Leader: Lebensmittelwirtschaft im Wandel](#)
- [Lebensmittelverarbeitung Online: 5 Trends 2026](#)
- [OTS: Too Good To Go Teuerung fuehrt zu mehr Lebensmittelrettung](#)
- [Shopify: AI in Retail 2026](#)
- [InsiderOne: AI in Retail 2026 Trends](#)
- [NRF: 10 Trends and Predictions for Retail 2026](#)