Bitkom e.V. |

Verbraucher wollen digitale Angebote in der Innenstadt

- **7 von 10 Kunden wünschen sich WLAN beim Shoppen**
- **79 Prozent sorgen sich um die Zukunft des Einzelhandels**
- **Bitkom: Online-Handel und Offline-Handel nicht gegeneinander ausspielen**

Berlin, 18. Dezember 2020 - Der erneute Lockdown trifft den stationären Einzelhandel hart. Dabei standen die Geschäfte vor allem in den Innenstädten auch vor der Corona-Pandemie schon unter Druck. Was können die Händler tun, damit in Zukunft wieder mehr Menschen in Ladengeschäfte und Fußgängerzonen kommen? Der Digitalverband Bitkom hat in einer repräsentativen Studie 1.055 Internetnutzer ab 16 Jahren danach gefragt, welche digitalen Angebote sie sich in ihrer Innenstadt wünschen. Ganz vorn liegt demnach WLAN, das 71 Prozent beim Shoppen gern nutzen würden. Das gilt nicht nur für die 16- bis 29-Jährigen (75 Prozent) oder die 30- bis 49-Jährigen (76 Prozent) – sondern auch für die 50- bis 64-Jährigen (68 Prozent) sowie die Senioren ab 65 Jahren (59 Prozent). Großes Interesse besteht auch an Apps, die einen Angebotsvergleich ermöglichen: Fast zwei Drittel (64 Prozent) würden eine Anwendung auf dem Smartphone nutzen, die anzeigt, welches Geschäft in der Innenstadt gerade den besten Preis anbietet. Ebenfalls 64 Prozent wünschen sich Echtzeit-Informationen auf dem Smartphone, welche Produkte in den Geschäften gerade vorrätig sind. Zugleich sind 62 Prozent der Meinung, dass der stationäre Handel mithilfe digitaler Technologien den Einkauf für die Kunden spannender und komfortabler machen kann.

„Die Innenstädte müssen neu gedacht werden – diese Erkenntnis gilt nicht erst seit dem Lockdown. Digitale Technologien können bei der Neu- und Wiederbelebung des niedergelassenen Einzelhandels helfen“, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder. „Kostenloses WLAN für die Kunden sollte zum Standard gehören. Das gleiche gilt für einen eigenen Webshop, gerade auch für kleine und mittlere Geschäfte. Mit Click & Collect können sie Kunden aus dem Web in den Laden ziehen, wenn online bestellte Waren persönlich abgeholt werden. Die entsprechenden Technologien sind inzwischen ausgereift und für wenig Geld am Markt verfügbar. Ein Quick Win gerade für kleinere Läden. Sie sollten die unfreiwillige Pause nutzen und ein zweites, digitales Standbein aufbauen.“ Für den großflächigen Einzelhandel seien etwa In-Store-Navigation oder automatisches Bezahlen via Smartphone beim Verlassen des Geschäfts denkbar.

Verbraucher vermissen Online-Angebot ihrer Lieblingsgeschäfte

Zugleich hängen viele Verbraucher am stationären Einzelhandel: Zwei Drittel der Internetnutzer (66 Prozent) vermissen in der Corona-Pandemie ein Online-Angebot ihrer Geschäfte vor Ort. 79 Prozent haben auch die konkrete Sorge, dass Einzelhändler in ihrer Region das Jahr wirtschaftlich nicht verkraften werden. „Die Menschen in Deutschland wollen ihre Lieblingsläden gern unterstützen. Das gelingt oft nicht, da viele stationäre Händler weiterhin kein Online-Angebot für ihre Kunden vorhalten“, mahnt Rohleder. „Es geht also nicht darum, Online-Handel und stationären Einzelhandel gegeneinander auszuspielen. Um krisenfest und langfristig erfolgreich zu sein, benötigen Händler zwei Standbeine: vor Ort und im Netz.“ So haben 6 von 10 Internetnutzern (60 Prozent) Interesse an Plattformen, auf denen man Produkte bei lokalen Händlern bestellen und liefern lassen kann. 58 Prozent sind entsprechend der Meinung, dass Online- und Offline-Handel künftig komplett verschmelzen werden. „Es gibt bereits viele Händler, die auf mehreren Vertriebskanälen parallel aktiv sind und damit großen Erfolg haben. Wer jetzt fordert, etwa Weihnachtsgeschenke auf keinen Fall online zu kaufen, schadet auch diesen kleinen Unternehmen“, betont Rohleder.

In einem aktuellen Positionspapier zur Digitalisierung der Innenstädte fordert der Bitkom die Einführung von Digitalgutscheinen, die Gewerbetreibende in Innenstädten für die Einführung digitaler Services nutzen können. Unterstützungen von bis zu 10.000 Euro pro Unternehmen,

abhängig von seiner Größe, sind aus Bitkom-Sicht sinnvoll. Die Abrufung sollte unbürokratisch durch eine Online-Anmeldung erfolgen. Auch digitale Weiterbildungsmaßnahmen für Mitarbeiter sollten in die Förderung fallen.

Hier geht es zum Download des Positionspapiers mit ausführlichen Vorschlägen für die Digitalisierung von Innenstädten.

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom von Ende Oktober bis Anfang November 2020 durchgeführt hat. Dabei wurden 1.103 Internetnutzer ab 16 Jahren, darunter 1.055 Online-Käufer, befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Fragen lauteten: „Welche der folgenden Angebote für eine attraktivere Innenstadt würden Sie gerne nutzen?“ und „Inwieweit treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen auf den Handel zu bzw. nicht zu?“

Kontakt

Marie Kreß
Pressereferentin
Telefon: +49 30 27576-432
E-Mail: m.kress@bitkom.org

Nastassja Hofmann
Bereichsleiterin Retail & Proptech
Download Pressefoto
Nachricht senden

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Verbraucher-wollen-digitale-Angebote-in-der-Innenstadt***