Bitkom e.V. |

So sehen Verbraucher die Einkaufswelt der Zukunft

- Kunden versprechen sich individuellere Produkte
- Mehr als die Hälfte glaubt an das bargeldlose Einkaufen
- Digital Retail Conference in Berlin beleuchtet morgen die Zukunft des Shopping

Berlin, 16. Mai 2018 - Wie wird Einkaufen im Jahr 2030 aussehen? Die Mehrheit der Verbraucher meint, dass digitale Technologien das Shopping individueller machen. So geben 62 Prozent der Befragten an, dass es durch neue Technologien, wie etwa 3D-Druck, in Zukunft mehr individuelle, maßgeschneiderte Produkte für Kunden geben wird. Das hat eine repräsentative Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.152 Internetnutzern ab 14 Jahren ergeben. Produkte würden dann vermehrt „on demand" oder in Kleinserien im Laden produziert und nicht mehr im Lager bereitgehalten werden. 56 Prozent glauben, dass Ladengeschäfte zukünftig stärker als Showrooms dienen werden, in denen die Produkte getestet werden können, ehe der Verbraucher sie dann im Online-Shop des Händlers bestellt. 47 Prozent meinen, dass Waren auch per Virtual Reality im Laden angeboten und getestet werden können. Daran, dass stationäre Läden im Jahr 2030 dank digitaler Technologien durchgängig geöffnet sein werden, glauben 55 Prozent der Befragten. „Digitale Technologien garantieren den zukünftigen Erfolg im Einzelhandel", sagt Bitkom-Handelsexpertin Julia Miosga. „Verbraucher erwarten innovative Lösungen und werden künftig nicht mehr darauf verzichten wollen."

An das Einkaufen ohne Bargeld sowie ohne Kassen und Anstehen glauben 54 beziehungsweise 53 Prozent. Dieses Zukunftsszenario wird schon heute in Läden erprobt, in denen die Kunden dank innovativer Technologien einkaufen gehen können, Produkte in ihren Korb legen und am Ende einfach auschecken, ohne sich in lange Warteschlangen an Kassen stellen zu müssen. Die Kosten für den Einkauf werden anschließend automatisch vom Konto abgebucht. Ebenfalls mehr als jeder Zweite (51 Prozent) denkt, dass 2030 aufgebrauchte Produkte im Haushalt einfach ohne weiteres Zutun nachgeliefert werden, beispielsweise dank smarter Haushaltsgeräte wie Mülleimer, Kühlschrank oder Waschmaschine. An Verkaufsshops ohne Ladenpersonal glaubt jeder Dritte. So sagen 35 Prozent, dass künftig digitale Assistenten beraten werden. 33 Prozent meinen, dass Verkaufsroboter Kunden durch den Laden führen werden.

Um das Einkaufen der Zukunft geht es auch bei der zweiten **Digital Retail Conference** des Bitkom am Donnerstag in der Kalkscheune Berlin. Bitkom bringt dort mehr als 300 Branchenexperten zusammen, um über die Zukunft des Handels zu diskutieren. Im Mittelpunkt stehen dabei der Kunde und seine Customer Journey:

- Wie bekommt und hält man die Aufmerksamkeit des Kunden?
- Was bewegt ihn zum Kauf?
- Welchen Service erwartet er heutzutage?
- Und wie gewinnt man seine Loyalität?

Diese und weitere Fragen werden gemeinsam mit Händlern, Logistikern, Anbietern von Hard- und Software sowie Politik und Wissenschaft erörtert.

Weitere Ergebnisse aus der Studie „Online-Shopping beliebter als Einkaufen im Laden" gibt es hier .

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.152 Internetnutzer ab 14 Jahren, darunter 1.104 Online-Käufer, befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Fragstellung lautete: „Bitte beurteilen Sie, wie verbreitet die folgenden Szenarien im Jahr 2030 sein werden." (Angabe für wird sehr weit/eher weit verbreitet sein).

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/So-sehen-Verbraucher-die-Einkaufswelt-der-Zukunft.html***