Bitkom e.V. |

Der Handel muss sich neu erfinden

- Kunden wollen das Beste aus Online- und Offline-Shopping-Welt
- Jeder zweite Online-Käufer sieht die Grenzen zwischen Online und Offline zunehmend verschwinden
- Miosga: „Handel sollte nahtloses Einkaufen über alle Kanäle hinweg ermöglichen“

Berlin, 14. März 2018 - Ob stationärer Handel oder Online-Händler – die Digitalisierung verändert das Einkaufen. Kunden haben neue Anforderungen an die Verfügbarkeit von Produkten, die Transparenz von Preisen und das komplette Einkaufserlebnis. Die Händler müssen darauf reagieren. Das hat eine repräsentative Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.152 Internetnutzern ab 14 Jahren ergeben. So sagen 77 Prozent aller Online-Shopper, dass sich der stationäre Handel in den Innenstädten neu erfinden muss. Ähnlich viele Befragte (75 Prozent) finden, dass der stationäre Handel nicht mit den Preisen im Internet mithalten kann. Allerdings sagen lediglich 29 Prozent der Befragten, dass Online-Shops im Vergleich zum stationären Handel den besseren Service haben. Auch in anderen Belangen hat der Offline-Handel die Nase vorne. In den Augen der Online-Shopper sind die wichtigsten Vorteile des Kaufs im stationären Handel, dass man das Produkt anfassen und testen kann (83 Prozent), dass man das Produkt sofort mitnehmen (79 Prozent) sowie Versandkosten sparen kann (55 Prozent) und dass man im Geschäft persönlich beraten wird (62 Prozent). „Verbraucher schätzen es, sowohl online als auch offline einzukaufen. Die Kunden wollen das Beste aus beiden Welten – und das nahtlos. Sie möchten online schauen können, ob ein Kleidungsstück im Laden in der entsprechenden Größe vorliegt. Im Geschäft schätzen sie innovative Services dank digitaler Technologien, beispielsweise ein Tablet, mit dem sie in der Umkleidekabine andere Größen anfordern können“, sagt Bitkom-Handelsexpertin Julia Miosga.

Sechs von zehn Online-Käufern (61 Prozent) sind der Meinung, dass der stationäre Handel auf digitale Technologien setzen sollte, um einzigartige Einkaufserlebnisse zu schaffen. Mehr als die Hälfte der Befragten (57 Prozent) sagt außerdem, dass durch die Digitalisierung Online- und Offline-Handel miteinander verschmelzen. „Der hybride Kunde ist längst Wirklichkeit. Nun sollte der Handel unbedingt entsprechende Konzepte und Angebote nachlegen, um ein nahtloses Einkaufen – egal über welchen Kanal – zu ermöglichen“, sagt Miosga.

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 Fragestellungen lauteten: „Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Vorteile beim Kauf im stationären Handel?“ und „Inwieweit treffen Ihrer Meinung nach die folgenden aussagen auf den Handel zu bzw. nicht zu?“ (Angabe für trifft voll und ganz/eher zu) Der stationäre Handel muss sich neu erfinden/Der stationäre Handel kann mit den günstigen Preisen im Internet nicht mithalten/Mithilfe digitaler Technologien kann der stationäre Handel einzigartige Einkaufserlebnisse schaffen/Durch die Digitalisierung werden Online- und Offline-Handel verschmelzen/Online-Shops haben einen besseren Service als der stationäre Handel.

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/Der-Handel-muss-sich-neu-erfinden.html***