Bitkom e.V. |

Händler blicken in eine digitale Zukunft

- Zwei Drittel glauben, dass Bezahlen im Laden 2030 automatisch abläuft
- 53 Prozent sehen Virtual Reality als gängiges Verkaufsinstrument der Zukunft
- Aber: 11 Prozent haben heute noch immer keine Homepage



Berlin, 1. August 2017 - Produkte aus dem 3D-Drucker, automatisches Bezahlen beim Verlassen des Ladens und Öffnungszeiten rund um die Uhr: Der Handel der Zukunft ist digital, doch noch hält die Digitalisierung in dieser Branche nur schleppend Einzug. So sehen sich 77 Prozent der Händler als Nachzügler in Sachen Digitalisierung. Das zeigt eine repräsentative Umfrage unter mehr als 500 online und stationär tätigen Einzel- und Großhändlern, die der Digitalverband Bitkom in Auftrag gegeben hat. 11 Prozent der Händler haben beispielsweise immer noch keine eigene Homepage. Betrachtet man speziell die Händler, die rein stationär verkaufen, ist es sogar rund jeder Dritte (36 Prozent), der noch keinen Internetauftritt besitzt. Auch in Standard-Verzeichnissen wie Google, Google Maps, Gelbeseiten.de oder werliefertwas.de ist rund jeder Vierte (28 Prozent) noch nicht eingetragen. Einen Auftritt in den sozialen Netzwerken, um im Internet auf ihr Unternehmen und ihr Angebot aufmerksam zu machen, nutzen nur 3 von 10 Händler (30 Prozent).
„Suchmaschinenpräsenz ist für alle Unternehmen wichtig, auch wenn man nicht online verkauft. Je besser und umfassender online Informationen zur Verfügung gestellt werden, umso wahrscheinlicher ist der Gang des Kunden ins Geschäft beziehungsweise der Klick des Kunden auf die Homepage und den Online-Shop“, so Bitkom-Handelsexpertin Julia Miosga. „Diese einfache Möglichkeit, auf sich aufmerksam zu machen und Kunden anzusprechen, sollten Händler nicht unnötig verschenken. Fast jeder ist heute online, auch mobil. Darauf sollten die Händler reagieren und die Kunden genau da abholen, wo es für diese am unkompliziertesten ist.“

Auch wenn noch längst nicht jeder Händler digitale Basics einsetzt, mit Blick ins Jahr 2030 schätzt sich die Branche sehr fortschrittlich ein: Rund zwei Drittel (65 Prozent) meinen, dass das Bezahlen dann beim Verlassen des Geschäfts automatisch, also ohne lange Schlangen an der Kasse abläuft. 61 Prozent sehen Läden in der Rolle eines Showrooms, in dem Produkte getestet und anschließend im Online-Shop des Händlers bestellt werden können. Mehr als jeder Zweite (53 Prozent) denkt, dass Waren bis dahin im stationären Handel auch über Virtual Reality erlebbar sein werden. 40 Prozent glauben daran, dass der stationäre Handel im Jahr 2030 rund um die Uhr an allen Wochentagen geöffnet haben wird. „Mit Blick in die Zukunft zeigen sich die Händler zwar fortschrittlich. Allerdings gibt es bis dahin noch viel Nachholbedarf“, sagt Miosga. „Der Handel in anderen Ländern ist hier schon deutlich weiter. Was hierzulande noch als Vision gilt, ist andernorts schon Standard.“

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 530 Händler – online wie offline – im Groß- und Einzelhandel befragt, darunter 150 Händler, die ausschließlich stationär verkaufen.

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/Haendler-blicken-in-eine-digitale-Zukunft.html***