Bitkom e.V. |

WLAN im Laden ist für jeden Zweiten ein Muss

- **Automatisches Bezahlen beim Verlassen des Geschäfts wünscht sich mehr als jeder Fünfte**
- **Hot Spots im Laden bieten für stationäre Händler Marketing-Möglichkeiten**

Berlin, 17. April 2019 - Auch stationäre Händler brauchen eine Digitalstrategie: Sie können durch den Einsatz digitaler Technologien im Geschäft das Einkaufserlebnis für den Kunden verbessern. Die Mehrheit der Kunden wünscht sich solche Möglichkeiten. Das zeigt eine repräsentative Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom unter 1.086 Internetnutzern ab 14 Jahren. Demnach sagt lediglich jeder Siebte (15 Prozent), dass er keine digitalen Technologien im Geschäft möchte. Auf der anderen Seite ist die Wunschliste dagegen lang: Am beliebtesten ist die Möglichkeit, sich im Laden gekaufte Ware direkt nach Hause liefern zu lassen. Mehr als jeder Zweite (51 Prozent) würde diesen Service gerne nutzen. Ein Must-have ist für die Hälfte der Kunden (49 Prozent) außerdem WLAN im Geschäft beziehungsweise Shopping-Center. Vor allem für die junge Zielgruppe von 14 bis 29 Jahren sind solche Hot Spots essentiell: Hier äußern sechs von zehn Befragten (62 Prozent) den Wunsch, im Laden auf WLAN zugreifen zu können. Bei den 30- bis 49-Jährigen ist es jeder Zweite (52 Prozent), bei den 50- bis 64-Jährigen sind es 39 Prozent und vier von zehn (42 Prozent) Befragten der über 65-Jährigen wünschen sich ebenfalls WLAN während der Shoppingtour. „Freies WLAN ist für die Kunden beim stationären Einkaufen heute nicht mehr nur ein Nice-to-have, sondern eine Erwartungshaltung. Besonders in Läden mit baulich bedingten Einschränkungen beim Datenempfang, etwa im Untergeschoss großer Shoppingmalls, ist das Shop-WLAN sinnvoll“, sagt Bitkom-Expertin Julia Miosga. Außerdem eigne sich das WLAN auch für geschicktes Marketing. „Die Landingpage des Hot Spots bietet eine schöne Möglichkeit der Kundenbindung. Dort können beispielsweise Neuigkeiten, Informationen und Angebote präsentiert werden.“

Vier von zehn Internetnutzern (41 Prozent) erwarten außerdem, dass es digitale Loyalitäts- bzw. Bonusprogramme wie Payback gibt, mit denen man per Smartphone Treuepunkte sammeln kann. Beinahe ebenso viele Befragte (40 Prozent) möchten über das Smartphone Echtzeit-Informationen zu der Produktverfügbarkeit im Laden abrufen können. Mehr als jeder Fünfte (22 Prozent) wünscht sich, automatisch beim Verlassen des Geschäfts über das Smartphone, in dem Debit- oder Kreditkarteninformationen hinterlegt sind, bezahlen zu können.

Weniger genannt werden dagegen der Einsatz von Virtual-Reality-Brillen, zum Beispiel zur Projektion von Gegenständen in das eigene Zuhause (17 Prozent), oder auch die Tele-Beratung im Geschäft über einen Bildschirm oder einen intelligenten Spiegel (13 Prozent). Auch Servicedroiden, also Roboter-Berater vor Ort sind weniger beliebt (7 Prozent).

Hinweis zur Methodik: Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 1.086 Internetnutzer ab 14 Jahren, darunter 1.054 Online-Käufer, befragt. Die Umfrage ist repräsentativ. Die Fragestellung lautete: „Jetzt geht es darum, wie stationäre Händler Ihrer Meinung nach den Service für ihre Kunden durch den Einsatz digitaler Technologien verbessern können. Welche der folgenden Möglichkeiten würden Sie sich beim Einkauf im Geschäft wünschen?“

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/WLAN-im-Laden-ist-fuer-jeden-Zweiten-ein-Muss***