Bitkom e.V. | Presseinformation

Digitale Newsletter und Prospekte werden im Online-Handel zum Standard

- **Fast jeder Online-Händler hat oder plant Newsletter**
- **Schnell geliefert: Zwei Drittel bieten bereits Same-Day-Delivery an**
- **Etwa ein Drittel plant oder diskutiert Einsatz von Chat-Bots**

Berlin, 12. Januar 2024 - Ob beim Stöbern auf großen Plattformen oder in kleinen Webshops - Online-Shopping ist längst mehr als die Bestellung per Mausklick. Bei ihren digitalen Services setzen Online-Händler besonders auf Information und schnelle Lieferung: 8 von 10 (79 Prozent) Online-Händler in Deutschland bieten Newsletter an, weitere 14 Prozent planen oder diskutieren es. Online-Prospekte stellen bereits 72 Prozent zur Verfügung, 19 Prozent planen oder diskutieren den Einsatz. Zwei Drittel (68 Prozent) bieten Same-Day-Delivery an, also eine Lieferung am selben Tag. Weitere 17 Prozent setzen sich damit auseinander, dies zukünftig anzubieten. Das sind Ergebnisse einer repräsentativen Befragung unter 503 Handelsunternehmen in Deutschland im Auftrag des Digitalverbands Bitkom, darunter 450 Unternehmen mit Online-Handel.

„Kundinnen und Kunden schätzen am Online-Handel insbesondere den Komfort rund um Auswahl, Preisvergleiche und Lieferung an die Tür. Online-Händler haben das erkannt und bauen entsprechende Services aus. Gleichzeitig verschwimmen die Grenzen zwischen dem Einkauf im Laden und im Netz durch digitale Technologien immer mehr. So können Online-Händler zum Beispiel durch die Beratung via Video oder Chat einen persönlichen Kontakt wie beim Einkauf vor Ort herstellen“, sagt Bianka Kokott, Referentin Digitale Transformation beim Bitkom.

Den Kontakt via Video-Chat beziehungsweise Video-Telefonat bietet bereits etwas mehr als die Hälfte der Online-Händler an (53 Prozent), in Planung oder Diskussion ist es bei 27 Prozent. Loyalitäts- beziehungsweise Bonusprogramme, mit denen man Treuepunkte sammeln kann, finden sich bei 50 Prozent der Online-Händler, ein Viertel (24 Prozent) plant oder diskutiert solche Programme. Kontakt via Messenger-Apps wie WhatsApp oder Threema kann man zu 40 Prozent der Online-Händler aufnehmen, weitere 27 Prozent planen oder diskutieren dies.



Auf individuell zugeschnittene Sonderangebote, zum Beispiel auf Basis von Suchanfragen oder letzten Käufen setzt bisher ein Viertel (26 Prozent) der Online-Händler, ein Fünftel (20 Prozent) plant oder diskutiert es. Intelligente Beratung zum Beispiel zu Größen und Stil gibt es ebenfalls bei einem

Fünftel (20 Prozent), bei 24 Prozent ist es im Gespräch. Chat-Bots setzen 12 Prozent ein, 30 Prozent diskutieren oder planen deren Einsatz. Kokott: „Chat-Bots werden heute bereits erfolgreich im Kundenservice eingesetzt, jedoch hauptsächlich für standardmäßige Anfragen. Insbesondere durch die derzeitigen Entwicklungen im Bereich Künstliche Intelligenz werden Chat-Bots in Zukunft auch bei sehr viel komplexeren Anfragen helfen und so den persönlichen Kundenservice im Online-Handel noch besser ergänzen können."

Wenig verbreitet ist bisher Live-Stream-Shopping, das heißt virtuelle Verkaufsevents, bei denen Produkte in Echtzeit in sozialen Netzwerken oder Online-Shops präsentiert werden. Erst 7 Prozent bieten sie derzeit an, weitere 10 Prozent der Online-Händler thematisieren die Einführung solcher Events. Auch Voice Commerce, das heißt Bestellung per digitalem Sprachassistenten wie Alexa oder Google Home fristet bisher noch eher ein Nischendasein (5 Prozent), wird aber bei jedem fünften Online-Händler (20 Prozent) diskutiert oder geplant.

Kontakt

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

Nastassja Hofmann
Bereichsleiterin Retail & Proptech
Download Pressefoto
Nachricht senden

Hinweis zur Methodik

Grundlage der Angaben ist eine Umfrage, die Bitkom Research im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt hat. Dabei wurden 503 Unternehmen aus Groß-, Einzel- und Kraftfahrzeughandel ab 10 Beschäftigten in Deutschland telefonisch befragt, darunter 450 Unternehmen mit Online-Handel. Die Befragung fand im Zeitraum von KW 25 bis KW 33 2023 statt. Die Gesamtumfrage ist repräsentativ. Die Fragestellung lautete: „Und welche Services bieten Sie Ihren Kunden im Online-Handel an? Bitte sagen Sie mir jeweils für die folgenden Services, welche davon Sie bereits einsetzen bzw. ob Sie deren Einsatz planen oder diskutieren oder dieser Service kein Thema für Sie ist."

Direktlink: ***https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Digitale-Newsletter-im-Online-Handel***