



Der Omnichannel-Käufer möchte einen nahtlosen Übergang über alle Kanäle

## Der Handel im digitalen Wandel

Der deutsche Einzelhandel steht nach Einschätzung von Experten vor einer digitalen Revolution

**Bereits in den kommenden fünf Jahren könnten viele technische Neuheiten zum Alltag in den Läden gehören, wie mobile Bezahlungssysteme, Shoppingapps, digitale**

**Schaufenster und virtuelle Spiegel.**

Auch wenn sich die deutschen Supermarkt- und Discounterketten bei der Einführung von Selbstbedienungskassen und Artikel-Scan per Smartphone

noch zurückhaltend zeigen und der Einsatz von iBeacons oder QR-codes in weiter Ferne scheinen: Eine Umfrage des Handelsinstituts EHI unter 95 Handelsunternehmen ergab, dass 63 Prozent der Befragten Omnichannel für den bedeutendsten technologischen Trend halten.

Beim Omnichannel soll der Kunden auf allen Kanälen und über alle Prozesse hinweg ein nahtloses Einkaufserlebnis erfahren: online, offline, im Laden, im Internet, auf dem Smartphone. Beispiel: der Kunde wird über im Laden installierte iBeacons per Smartphone auf ein besonderes Angebot aufmerksam gemacht, das er sogleich online bestellen und später im Geschäft abholen kann. Ipsos hat sich in einer großangelegten Umfrage damit befasst, wie Konsumenten diese Entwicklung sehen, wo Akzeptanz und Barrieren in verschiedenen Produktkategorien liegen, von der klassischen Kleiderbestellung über Reisen und Möbel bis hin zu Lebensmitteln. Die Studie ist ab Ende September erhältlich.

de-communications@ipsos.com