

Digitaler Handel Über alle Kanäle in die Zukunft

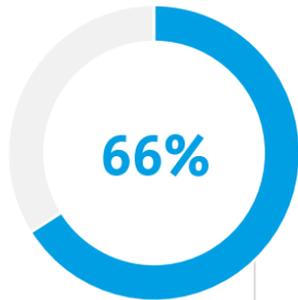
Dr. Bernhard Rohleder | Bitkom-Hauptgeschäftsführer

Berlin, 21. Juni 2017

bitkom

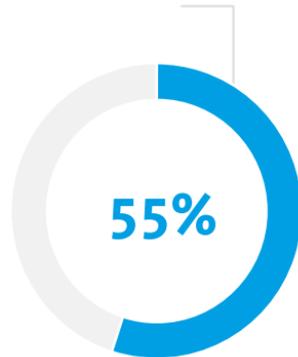
Digitalisierung für viele Händler eine große Herausforderung

Welche Aussage trifft auf Ihr Unternehmen zu?

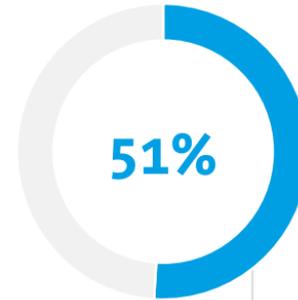


Die Digitalisierung ist eine große Herausforderung für unser Unternehmen.

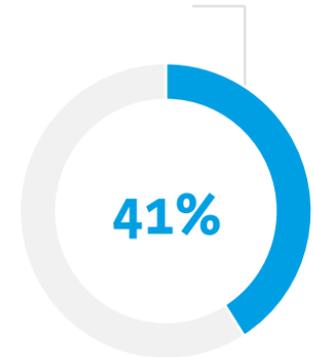
Wir haben große Probleme, geeignete Mitarbeiter zu finden.



Die Ausgaben für Miete sind eine große finanzielle Belastung für unser Unternehmen.



Wir haben große Probleme, mit unseren Wettbewerbern mitzuhalten.



Zwei Drittel der Händler sehen Digitalisierung als Chance

Sehen Sie die Digitalisierung eher als Chance oder eher als Risiko für Ihr Unternehmen?



Digitale Kommunikation: Die eigene Website ist Pflicht

Wie machen Sie im Internet auf Ihr Unternehmen und Ihr Angebot aufmerksam?



89%

Eigene Website

Nur stationärer Handel: 64%



72%

Einträge in Online-Verzeichnisse

(z.B. Google Maps, Gelbseiten.de oder werliefertwas.de)



30%

Soziale Netzwerke

(z.B. Facebook, Xing oder Instagram)



29%

Online-Verkaufsplattformen

(z.B. Amazon, Locafox, ebay, Alibaba)



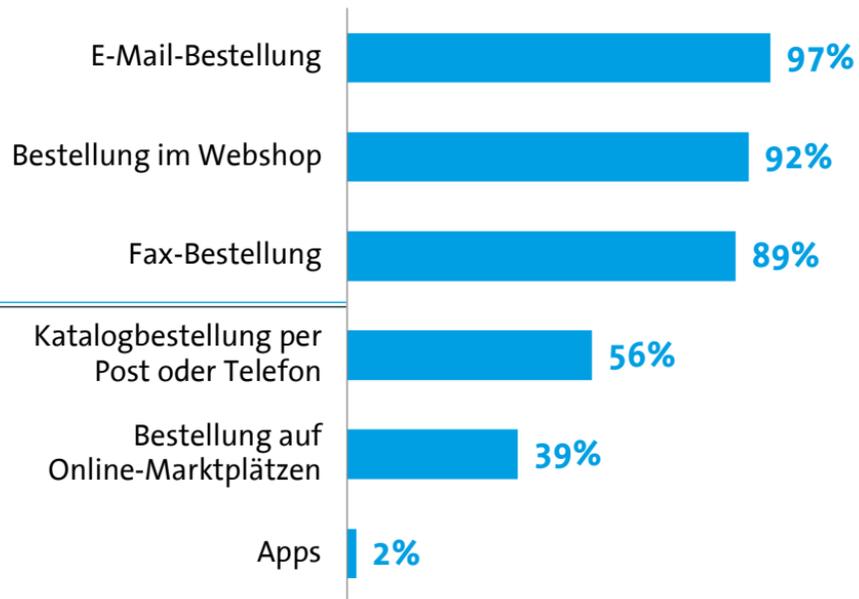
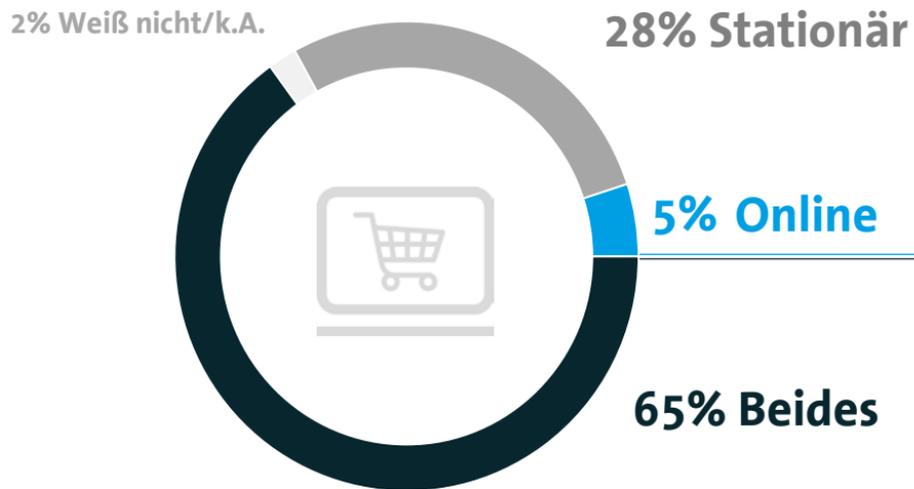
22%

**Werbeanzeigen
im Internet**

Online-Shops sind für viele Selbstverständlichkeit

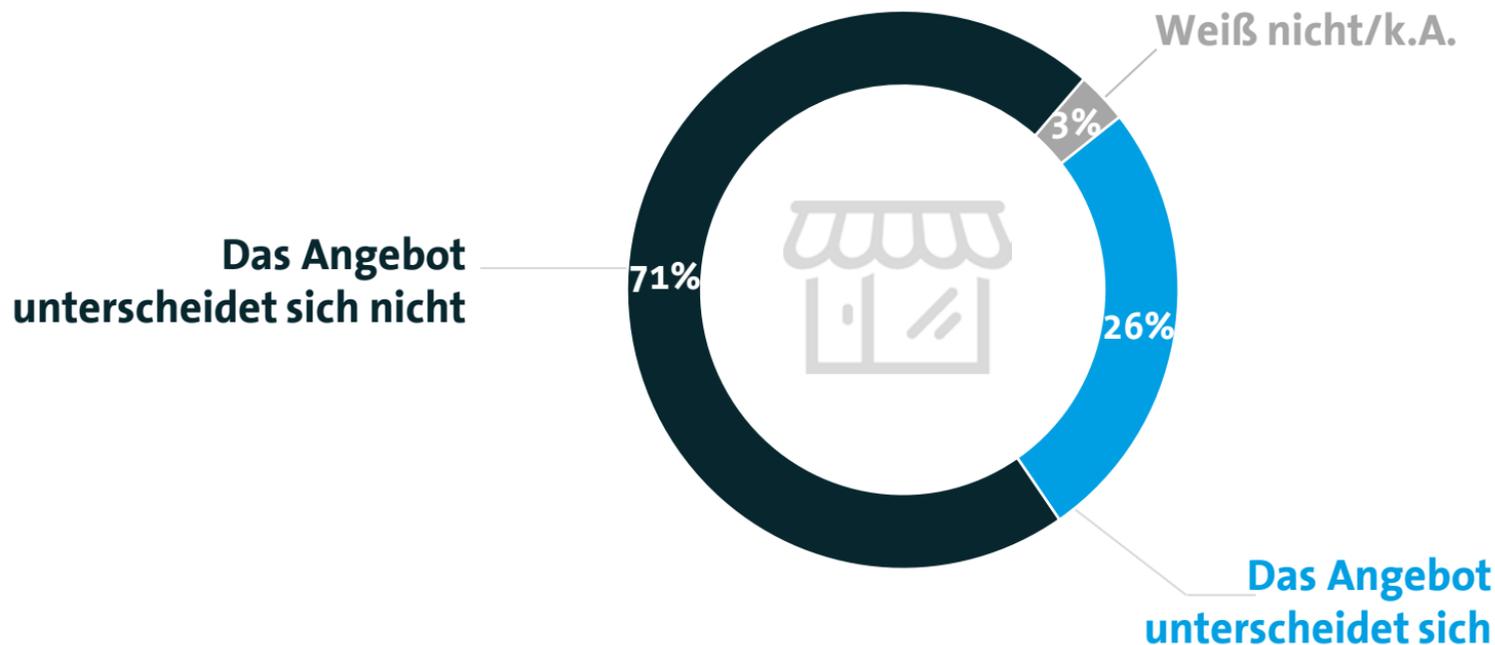
Wo verkauft Ihr Unternehmen Produkte bzw. Dienstleistungen?

Welche Möglichkeit nutzt Ihr Unternehmen, um Produkte/Dienstleistungen im Internet zu verkaufen?*



Online-Angebot unterscheidet sich nur marginal

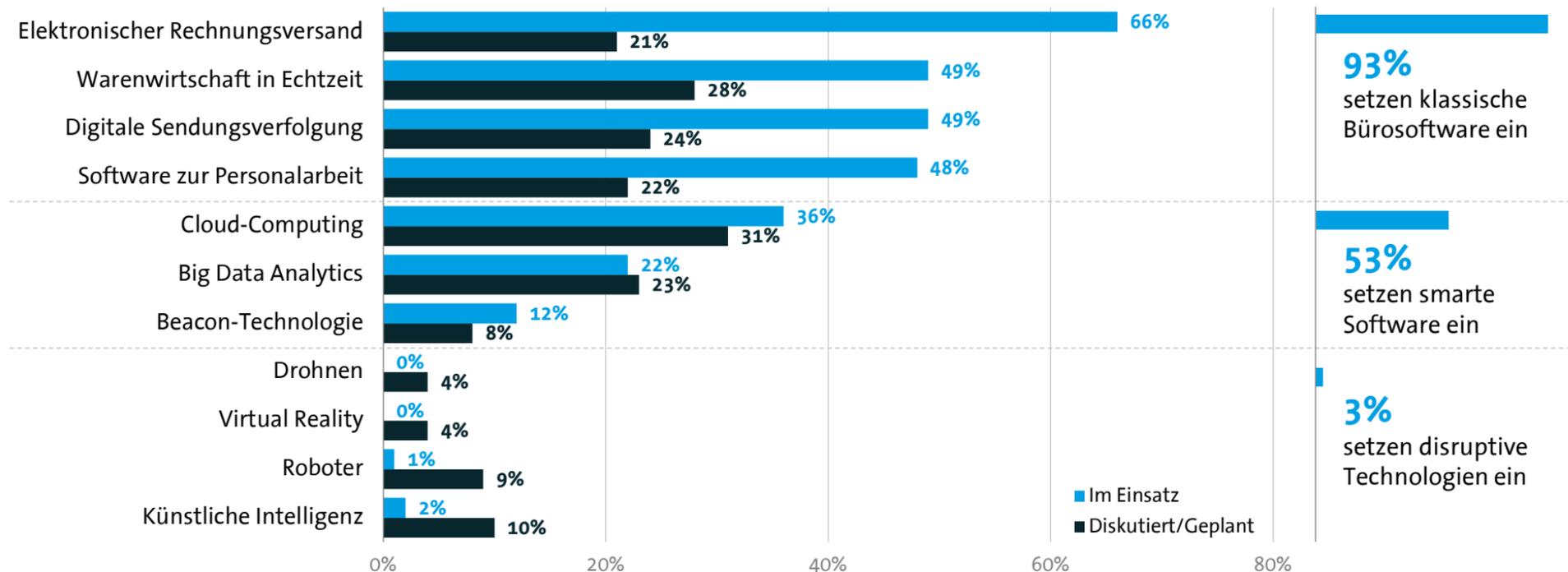
Wie unterscheidet sich Ihr Online-Angebot von Ihrem Angebot im stationären Handel?



Online kleineres Angebot	14%
Online größeres Angebot	6%
Online teureres Angebot	1%
Online günstigeres Angebot	10%

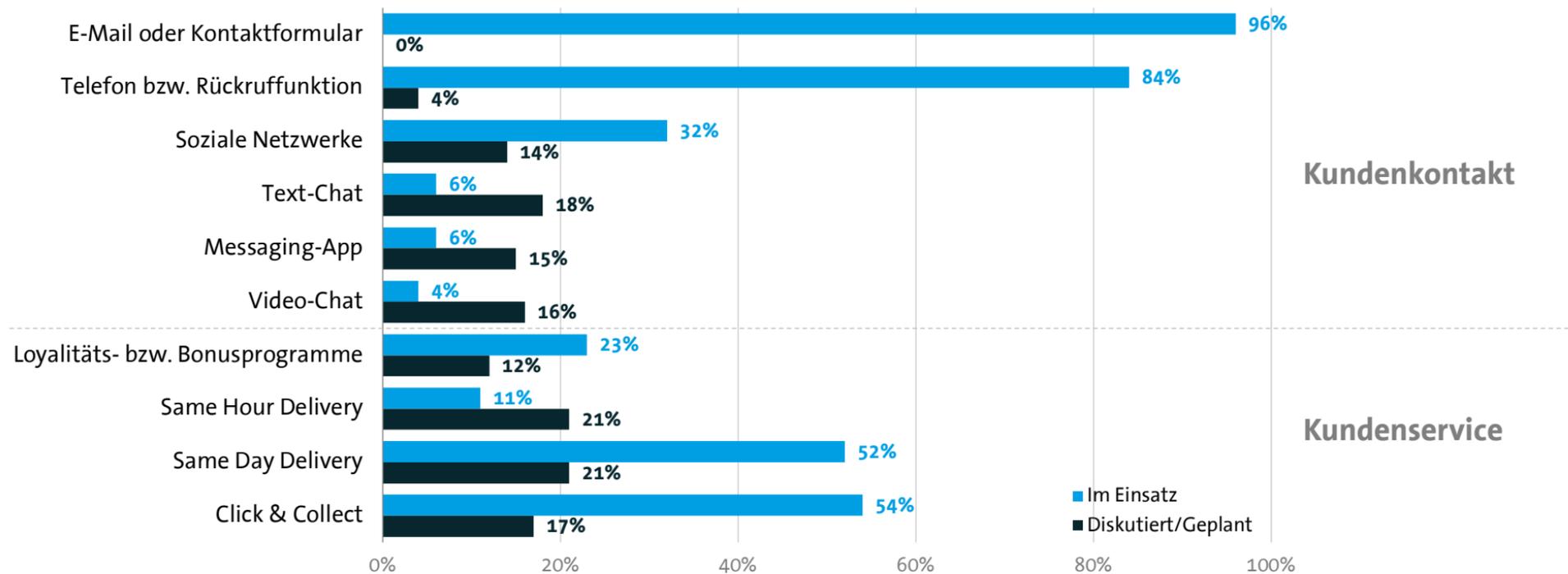
Jeder Zweite setzt smarte Software ein

Welche digitalen Anwendungen setzen Sie ein bzw. diskutieren deren Einsatz?



Smarter Kundenservice stärkt die Kundenbindung

Welche Services bieten Sie Ihren Kunden im Online-Handel an bzw. diskutieren oder planen Sie?



Händler müssen Digitalisierung gestalten

Inwieweit treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zu?

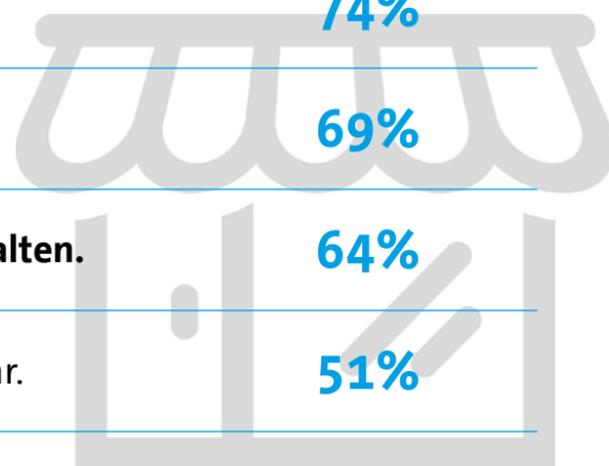
Kunden **informieren** sich zunehmend im stationären Handel und **kaufen** dann online. **81%**

Durch die Digitalisierung werden Online- und Offline-Handel **verschmelzen**. **74%**

Mithilfe digitaler Technologien kann der Handel langfristig **Kosten senken**. **69%**

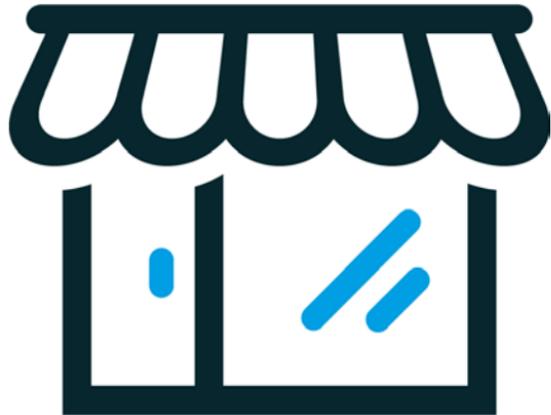
Der stationäre Handel kann mit den **günstigen Preisen im Internet nicht mithalten**. **64%**

Kundenbewertungen im Internet stellen eine große Chance für den Handel dar. **51%**



Händler müssen sich neu erfinden

Inwieweit treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zu?

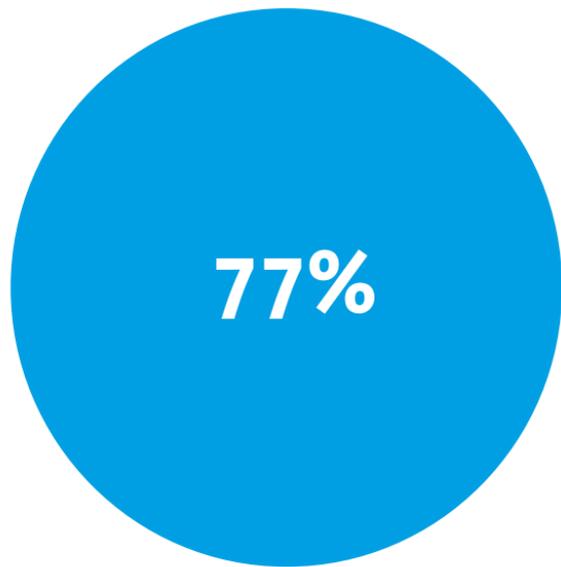


62%

Der stationäre Handel in den
Innenstädten muss sich **neu erfinden**.

Große Mehrheit der Händler sieht sich als Nachzügler

Wo steht Ihr Unternehmen generell beim Thema Digitalisierung?



Wir sehen uns
eher als Nachzügler



Wir sehen uns
eher als Vorreiter



Anschluss verpasst/
noch nicht damit befasst

Online-Umsätze auf hohem Niveau etabliert

Welchen Anteil hatten die Online-Umsätze am Gesamtumsatz Ihres Unternehmens in 2016 in Prozent?

< 10 Prozent

7%

10 - 30 Prozent

43%



30 – 50 Prozent

27%

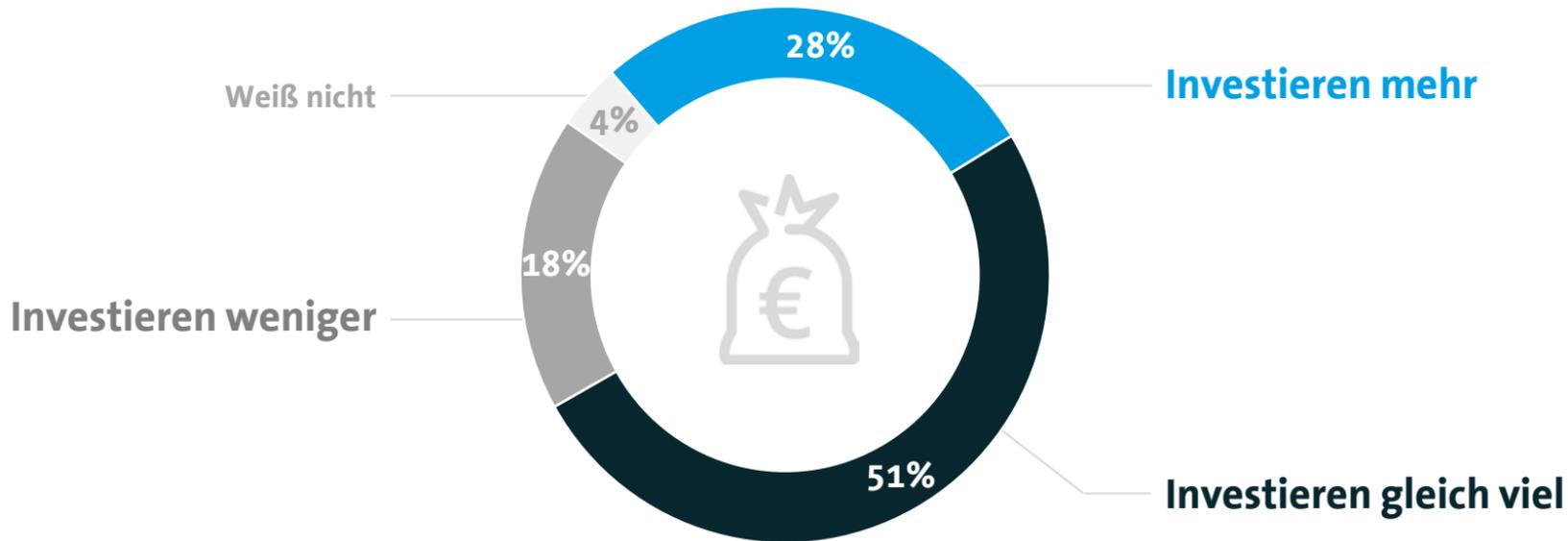
>50 Prozent

11%

Weiß nicht/ keine Angabe 13%

Investitionen in Digitalisierung noch spärlich

Wie viel planen Sie in 2017 in die Digitalisierung Ihres Unternehmens zu investieren?



Erst die Hälfte der Händler hat Service und Angebot angepasst

Inwieweit treffen Ihrer Meinung nach die folgenden Aussagen zu?

Infolge der Digitalisierung haben wir **neue Kunden** gewonnen.

56%

Infolge der Digitalisierung haben wir unseren **Service verändert**, hin zu einer nahtlosen, kanalübergreifenden Kommunikation.

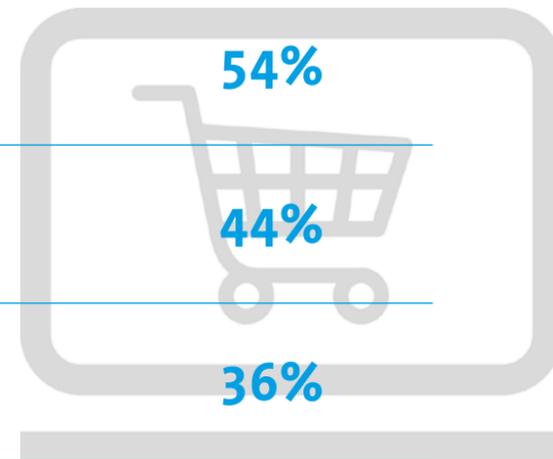
54%

Infolge der Digitalisierung bieten wir **neue Produkte bzw. Dienstleistungen** an.

44%

Infolge der Digitalisierung wird unser **Umsatz** langfristig stark wachsen.

36%



Digitalisierung vereinfacht Alltagsgeschäft

Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Vorteile der Digitalisierung im Handel?

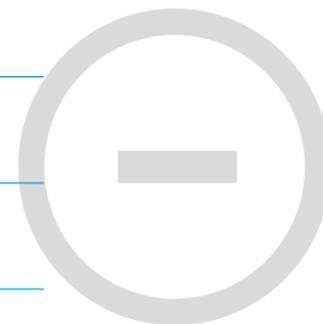
Vereinfachte Kommunikation mit dem Kunden	83%
Vereinfachte Bestellmöglichkeiten beim Lieferanten	74%
Individualisierte Ansprache des Kunden	69%
Vereinfachte Kommunikation mit Geschäftspartnern	65%
Ausbau des Geschäftsmodells	60%
Neue Einnahmequellen	58%



Hohe Kosten schrecken noch ab

Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Nachteile der Digitalisierung im Handel?

Hoher Aufwand für Datenschutz	86%
Hohe Investitionskosten	81%
Beschleunigt das Händlersterben	78%
Cyberbetrug	77%
Steigender Wettbewerbsdruck	71%
Verlust des persönlichen Kontakts zum Kunden	51%



Der Handel der Zukunft ist digital

Wie verbreitet werden folgende Szenarien im Jahr 2030 sein?



71%

Produkte werden immer mehr direkt beim Hersteller gekauft.



59%

Stationäre Geschäfte bieten individualisierte Produkte aus dem 3-D-Drucker an.

65%

Das Bezahlen läuft beim Verlassen des Geschäfts automatisch ab.



53%

Waren werden im stationären Handel über Virtual Reality angeboten.



61%

Ladengeschäfte dienen als Showrooms.



40%

Der stationäre Handel ist 24/7 geöffnet.



Digital Retail Conference

22. Juni 2017

Kalkscheune | Berlin

bitkom
events

#drco17

Digitaler Handel Über alle Kanäle in die Zukunft

Dr. Bernhard Rohleder | Bitkom-Hauptgeschäftsführer

Berlin, 21. Juni 2017

bitkom