

EHI-Studie „Connected Retail 2022“

Händler konzentrieren sich auf schnellere Liefargeschwindigkeiten und digitale Touchpoints

Donnerstag, 02.06.2022

Der Handel wird zunehmend vernetzter. Davon profitieren auch Omnichannel-Services. Wie die EHI-Studie „Connected Retail 2022“ zeigt, konzentrieren sich die Händler in Zukunft auf schnellere Liefargeschwindigkeiten und digitale Touchpoints.

„Zu den Top-Trends im Handel werden in den nächsten fünf Jahren Live-Shopping, Quick-Delivery und Virtual Commerce zählen. Der Handel setzt damit immer stärker auf virtuelle Erlebnisse“, sagt Lars Hofacker, Leiter Forschungsbereich E-Commerce.

Die größte Relevanz unter den Omnichannel-Services hat nach Meinung der Entscheider aus dem deutschsprachigen Handel die Verfügbarkeitsanzeige stationärer Bestände im Onlineshop. 94,5 Prozent haben diese bereits im Angebot oder in Planung. Den Befragten ebenfalls wichtig ist der Instore-Order-Service – eine Bestellung in der Filiale und anschließende Lieferung nach Hause. 85,6 Prozent der Befragten bieten diesen Service aktuell an oder planen dies. Dahinter folgt der Service Click & Collect mit stationärer Bezahlung (79,1 Prozent). Eine Videoberatung in der Filiale plant ein Fünftel der Befragten.

Dennoch stoßen die Handelsunternehmen weiterhin auf Hindernisse bei der Umsetzung und Optimierung von Omnichannel-Services. Als größte Herausforderung sehen 70,4 Prozent den Bereich IT, schließlich ist eine reibungslos funktionierende IT-Infrastruktur die Grundvoraussetzung für einen guten Omnichannel-Service. Die zweite große Aufgabe ist mit dem Fachkräftemangel verbunden, gut die Hälfte (49,6 Prozent) nennen personelle Ressourcen herausfordernd. Für 43,5 Prozent ist die Logistik in Bezug auf Omnichannel-Services noch optimierungsfähig.

Für das optimale Einkaufserlebnis der Kundschaft von großer Bedeutung ist die Aktualität der Bestandsführung. Dabei zeigen die befragten Händler ihren Bestand mehrheitlich in Echtzeit an – egal, ob online oder offline. Beim Onlinebestand verweisen 71,3 Prozent auf Echtzeit-Angaben. 63,1 Prozent geben an, ihre kanalübergreifenden Bestände in Echtzeit in einem System zu bündeln. 60,2 Prozent aktualisieren ihren Filialbestand in Real-Time. Hier ist der Wert der tagesaktuellen Bestandsaufnahme mit 33 Prozent am höchsten.

Händler konzentrieren sich auf schnellere Liefargeschwindigkeiten und digitale Touchpoints