



Ob zu Hause auf dem Sofa oder beim Warten auf die Bahn, ob mit dem Tablet oder per Smartphone: Digital Shoppen boomt – und ist für viele mittlerweile so alltäglich wie der Gang ins Geschäft. Insgesamt shoppen 94 Prozent aller Internetnutzer ab 16 Jahren im Netz – das entspricht 55 Millionen Bundesbürgern. Jeder dritte davon (34 Prozent) tut dies mindestens einmal in der Woche. Und: Mehr als jeder zweite Online-Shopper (52 Prozent) kauft mit seinem Smartphone ein.

Auch für den stationären Handel ergeben sich hieraus weitreichende Konsequenzen. Der Studienbericht des Bitkom zeigt sehr gut auf 45 Seiten, wie die Deutschen shoppen (online und offline), welche Angebote der Handel macht und wo es Lücken zwischen den Kundenwünschen und den Angeboten gibt.

Das zeigt: Online-Shops müssen auf mobile Endgeräte zugeschnitten sein, wenn Sie Erfolg haben wollen. Sich mit den Trends der Digitalisierung zu beschäftigen ist für alle Händler –

online wie offline - ein Muss: Es geht nicht nur darum, neue Services anzubieten, sondern vor allem darum, dem Kunden den Einkauf auf möglichst vielen Kanälen zu ermöglichen. „Digital Shoppen“ findet eben nicht nur im Netz, sondern auch im Laden vor Ort statt.

Während der Corona-Krise und den damit verbundenen Einschränkungen des öffentlichen Lebens ist dies einmal mehr deutlich geworden. Die Grenzen zwischen Online und Offline verschwinden im Handel zusehends, eCommerce, Mobile Commerce und mittlerweile auch Voice Commerce erweitern das traditionelle Geschäftsmodell. Die Chancen durch die Digitalisierung sind immens. Die Themen reichen von der Nutzung verschiedener Geräte und Technologien im Online-Shopping über Bestell-, Bezahl- und Informationsmöglichkeiten bis hin zum Einfluss aktueller Trends und Themen, wie Umweltbewusstsein und Corona-Pandemie.

Der Studienbericht kann [hier kostenfrei heruntergeladen werden](#).

*Beitragsbild: Stockfoto - fotoinfot/Shutterstock*