

## **Top-Trends: Live-Shopping, Virtual Commerce & Co. EHI-Studie „Connected Retail 2022“**

Köln/Düsseldorf, 31.05.2022 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 Liefergeschwindigkeiten 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.

### **Entwicklungsstand von Omnichannel-Services**

Die größte Relevanz unter den Omnichannel-Services hat nach Meinung der Entscheider:innen 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.

### **Bestandsmanagement überwiegend in Echtzeit**

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.

Die Studie ist ab sofort auf unserer [Webseite](#) verfügbar und für Mitglieder kostenlos. Eine detaillierte Vorstellung der Studie findet am 8. Juni 2022 im Rahmen der EHI-Session „[Connected Retail](#)“ statt. Die Session zum Thema [Virtual Commerce](#) veranstaltet das EHI am 24. August 2022.

## [Grafiken zum Download](#)

### **Datenbasis:**

Für die diesjährige Studie wurden Entscheider:innen des deutschsprachigen Handels im März 2022 online befragt. Die Ergebnisse wurden anonymisiert ausgewertet. Von den Teilnehmenden ordnet sich knapp die Hälfte der Geschäftsführung oder dem Top-Management zu. 85 Prozent arbeiten bei einem Händler mit stationären Wurzeln. Die Handelsunternehmen der befragten Entscheider:innen gehören unterschiedlichsten Branchen an, sodass die Stichprobe die Vielfalt des Handels widerspiegelt. Über ein Drittel der Teilnehmenden gibt an, dass ihr Handelsunternehmen mehr als eine Milliarde Euro Umsatz (je abgeschlossenem Geschäftsjahr, über alle Kanäle hinweg) erzielt.

### **Kontakt:**

Lars Hofacker, Leiter Forschungsbereich E-Commerce, Tel.: +49 (0)221/57993-22, [hofacker@ehi.org](mailto:hofacker@ehi.org)  
Ute Holtmann, Leiterin Public Relations, Tel.: +49 (0)221/57993-42, [holtmann@ehi.org](mailto:holtmann@ehi.org)

### **Herausgeber:**

EHI Retail Institute e. V., Spichernstraße 55, 50672 Köln, [www.ehi.org](http://www.ehi.org)

### **Über das EHI:**

Das EHI Retail Institute ist ein Forschungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitern. Sein internationales Netzwerk umfasst rund 850 Mitgliedsunternehmen aus Handel, Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie Dienstleister. Das EHI erhebt wichtige Kennzahlen für den stationären und den Onlinehandel, ermittelt Trends und erarbeitet Lösungen. Das Unternehmen wurde 1951 gegründet. Präsident des EHI ist Markant-Chef Markus Tkotz, Geschäftsführer ist Michael Gerling. Die GS1 Germany ist eine Tochtergesellschaft des EHI und des Markenverbandes und koordiniert die Vergabe der Global Trading Item Number (GTIN, ehem. EAN) in Deutschland. In Kooperation mit dem EHI veranstaltet die Messe Düsseldorf die EuroShop, die weltweit führende Investitionsgütermesse für den Handel, die EuroCIS, wo neueste Produkte, Lösungen und Trends der IT- und Sicherheitstechnik vorgestellt werden sowie die China in-store für den asiatischen Handel in Shanghai.