

PRESSEMITTEILUNG

TRENDTHEMEN IM HANDEL 2020: PERSPEKTIVEN DES „NEW NORMAL“

ECC KÖLN resümiert die wichtigsten Themen des vergangenen Jahres und zeigt sieben zentrale Trenddynamiken sowie Perspektiven für 2021 auf. Fazit: Die Digitalisierung des Handels nimmt auf verschiedensten Ebenen zu.

Köln, 14. Januar 2021 — Die weltweite Handelswelt war 2020 durch den Ausbruch der Coronapandemie vor zahlreiche Herausforderungen gestellt und wird es auch im neuen Jahr weiterhin sein. Themen rund um Digitalisierung und Onlinehandel haben in Zeiten von Homeoffice und verschiedenen Phasen des gesellschaftlichen Shutdowns enorm an Zuwachs gewonnen. Das ECC KÖLN fasst in einer neuen Jahresstudie die wichtigsten Erkenntnisse zusammen und trifft auf Basis zahlreicher Studien des vergangenen Jahres Ableitungen für 2021.

Sieben Trendthemen in der Handelswelt 2021:

- 1. Kanalverschiebung**
Corona verschärft die Kanalverschiebung
- 2. Multi-Channel**
Multi-Channel-Händler nehmen an Marktbedeutung zu
- 3. Onlinemarktplätze**
Onlinemarktplätze sind weiter auf dem Vormarsch
- 4. Technologisierung**
Künstliche Intelligenz und Co. erobern weiter den Markt
- 5. Big Data**
Smart Data wird als Erfolgsfaktor immer wichtiger
- 6. Payment**
Coronabedingte Dynamik sichtbar
- 7. Nachhaltigkeit**
Am Nachhaltigkeitstrend kann auch Corona nichts ändern

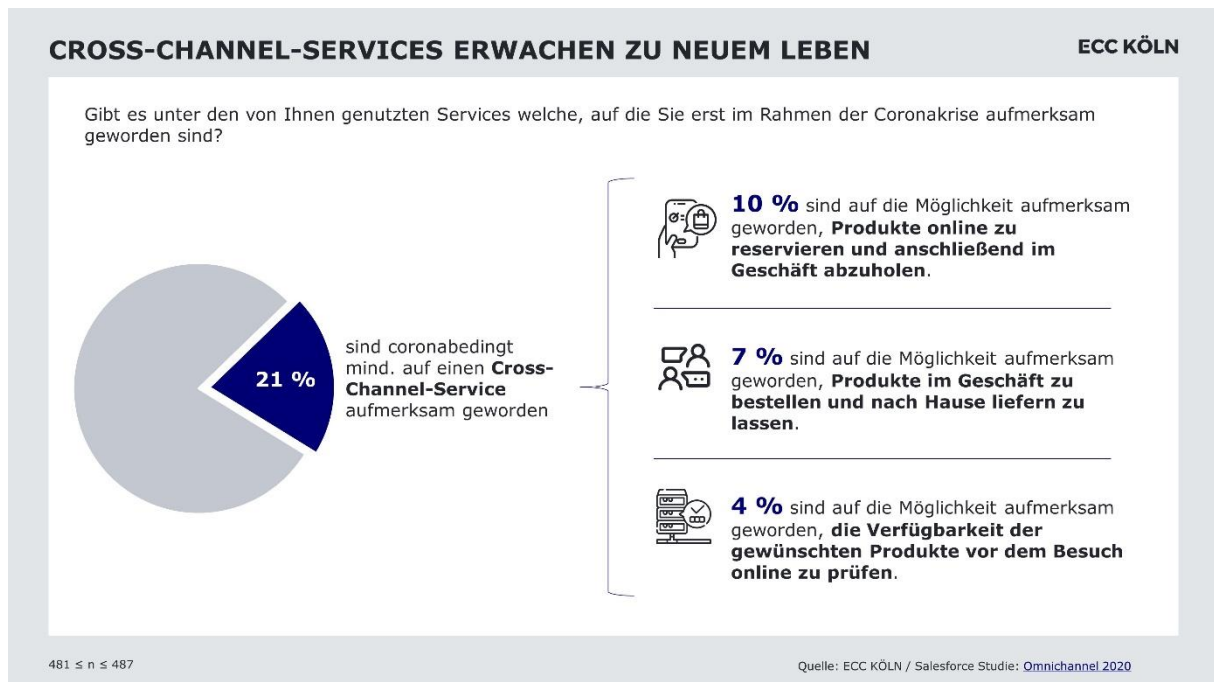
Enormes Wachstum bei Onlinekäufen und Multi-Channel-Konzepten

Ladenschließungen und Social Distancing bargen für den stationären Handel im vergangenen Jahr und im aktuellen, sogenannten zweiten Lockdown viele Schwierigkeiten – wohingegen der Onlinehandel stark profitiert. Während zu Beginn der Pandemie 13 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten angaben, stationäre Käufe gezielt in den Onlinekanal zu verschieben, waren es zum Ende des Jahres bereits 26 Prozent. Dabei wird die Verknüpfung von Online- und Offlinekanal immer wichtiger: Aktuell sind rund 60 Prozent aller Non-Food-Händler sowohl online als auch stationär vertreten – Tendenz steigend. Dabei erwachen Cross-Channel-Services zu ganz neuem Leben. 21 Prozent der

Konsumentinnen und Konsumenten sind gerade durch Corona auf mindestens einen Cross-Channel-Service aufmerksam geworden.

„Die Coronakrise hat dem stationären Handel – oftmals sehr drastisch – seine Defizite aufgezeigt. Ob der Einsatz von neuen Technologien, kontaktlosem Bezahlen oder schlichtweg einer Onlinepräsenz: Handel muss 2021 vom Multi-Channel-Ansatz her gedacht werden. Konzepte wie Click&Collect werden jüngst von immer mehr Bundesländern ermöglicht,“ ordnet Anne Lisa Weinand, Leiterin ECC KÖLN, die Studienergebnisse ein.

Wörter der Meldung: 330
Zeichen (inkl. Leerzeichen): 2.539



Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Mit der ECC CLUB Jahresstudie 2020 wurden die wichtigsten Zahlen, Daten und Fakten aus den Studien des IFH KÖLN und ECC KÖLN Jahres 2020 in einem gesonderten Jahresrückblick gebündelt zusammengefasst. Dafür wurden Ergebnisse u. a. folgender Studien herangezogen: „Branchenreport Onlinehandel“ (IFH KÖLN, 2020), „Corona Consumer Check“ (IFH KÖLN, 2020), „Retail of the Future“ (IFH KÖLN, Capgemini, 2020), „Digital Experience 2020“ (ECC KÖLN, 2020), „Shopping 2020 – Entwicklungen des Konsumentenverhaltens und die Relevanz des Ratenkaufs“ (IFH KÖLN, Teambank AG, 2020), „Omnichannel 2020“ (ECC Köln, Salesforce, 2020), „Handelsszenario 2030“ (IFH KÖLN, 2020), „Schnäppchen aus Fernost“ (ECC KÖLN, 2020), „Künstliche Intelligenz“ (ECC KÖLN, Safaric, 2020), „Fraud Prevention im E-Commerce“ (IFH KÖLN, SCHUFA, 2020), „ECC Payment Studie Vol. 24“ (ECC KÖLN, 2020), „Die Zeit nach Corona“ (ECC KÖLN, Salesforce, 2020).

Die Studie ist über den [IFH Shop](#) erhältlich und für [ECC CLUB](#) Mitglieder kostenfrei.

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings.

Mit dem ECC CLUB bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: <https://www.ifhkoeln.de/ueber-uns/ecc-koeln/>