

## Aktueller Adobe Report beleuchtet die digitalen Trends 2017 im Einzelhandel

Kategorien : [Allgemein](#)

Schlagwörter : [Büro für Gestaltung](#), [Virtual Reality](#), [VR Commerce](#), [WebVR](#)

Datum : 8. Mai 2017



Das Kundenerlebnis steht für 89 Prozent der weltweiten Einzelhändler ganz oben auf der Prioritätenliste. Zur Umsetzung dieses großen Ziels konzentriert sich ein gutes Drittel (33 Prozent) auf Personalisierung als strategischen Schwerpunkt. Mehr als die Hälfte (57 Prozent) plant 2017 verstärkte Investitionen in personalisierte Erlebnisse. Und das vor allem mobil: Knapp 62 Prozent der Einzelhändler fassen in diesem Jahr eine weitere Erhöhung ihres Mobile Marketing-Budgets ins Auge. Bei keinem anderen Kanal planen so viele Einzelhändler Budgetsteigerungen. Dies ist das Ergebnis des weltweiten Reports „Digitale Trends 2017 im Einzelhandel“, den das Marktforschungsinstitut Econsultancy im Auftrag von Adobe durchgeführt hat.

**Für den Einzelhandel ist die Schaffung von personalisierten und relevanten (25 Prozent), wertvollen (20 Prozent) und leicht verständlichen Erlebnissen (13 Prozent) demnach der effizienteste Weg, um sich erfolgreich vom Wettbewerb abzuheben.** Etwas mehr als ein Drittel (34 Prozent) setzt auf die Customer Experience als Unterscheidungsmerkmal. Klassische Erfolgsfaktoren wie Kundendienst (14 Prozent), Produkt- bzw. Service-Qualität (12 Prozent) und Innovationen (11 Prozent) werden nicht einmal halb so häufig genannt.

„Für den Einzelhandel ist das Streben nach einem begeisternden Kundenerlebnis inzwischen eine Überlebensfrage. In hart umkämpften Märkten mit knappen Gewinnspannen und ständig wachsenden Kundenerwartungen können es sich die Unternehmen nicht leisten, auf den Wettbewerbsvorteil einer gelungenen Customer Experience zu verzichten. Daher genießt das nahtlose Kundenerlebnis bei den Marketern des Einzelhandels höchste Priorität. Größtmögliche Personalisierung und die Optimierung der Customer Journey über alle Touchpoints sind für sie kein schönes Extra, sondern ein absolutes Muss“, so Axel Schäfer, Product & Industry Marketing EMEA, Adobe Marketing Cloud, Adobe.

## Einzelhandel treibt Mobile Optimierung voran

Die Optimierung mobiler Inhalte gehört für fast ein Viertel der Einzelhändler (23 Prozent) zu den taktischen Prioritäten ihres digitalen Marketings. In anderen Branchen liegt der Anteil im Durchschnitt lediglich bei 14 Prozent. Entsprechend wichtig wird das Verständnis, wie ihre Kunden mobil recherchieren und Produkte kaufen, von fast vier Fünftel der befragten Händler (79 Prozent) eingestuft. Aber auch die anderen Kanäle behält der Einzelhandel mehrheitlich im Blick: Bei 75 Prozent spielt die Optimierung der Customer Journey über mehrere Touchpoints nach wie vor eine wichtige Rolle. Wie erfolgreich die Händler digital agieren, machen knapp vier Fünftel (78 Prozent) vor allem an der Fähigkeit fest, ihre Expertise im Digital Marketing mit Analysen und Technologie zu kombinieren. Als weitere Schlüsselkomponenten folgen die Unternehmenskultur mit einem Team-übergreifenden Ansatz und einem klaren Kundenfokus (73 Prozent) sowie eine gut durchdachte und langfristig angelegte Strategie (66 Prozent).

## Die Vision für 2020: Virtual und Augmented Reality werden Teil des Shopping-Erlebnisses

Dass gutes Design maßgeblich zum Kundenerlebnis beiträgt und gerade für Online-Shops viel mehr als nur die Kür ist, haben immer mehr Einzelhändler erkannt: Zwei Drittel (66 Prozent) von ihnen beschreiben ihr Unternehmen schon heute als Design-orientiert – in 2015 lag dieser Anteil noch bei 60 Prozent. **Die größten Potenziale für das Kundenerlebnis in 2020 sieht der Handel im Einsatz von neuen Technologien: Insbesondere die Interaktion mit Zielgruppen per [Virtual Reality](#) oder [Augmented Reality](#) (28 Prozent) gewinnt im Handel zunehmend an Bedeutung.** Es folgen die Nutzung von [künstlicher Intelligenz](#) und Bots (24 Prozent), neue

Zahlungstechnologien wie M-Payment und elektronische Kassenbons (20 Prozent) sowie das [Internet of Things](#) und vernetzte Geräte wie Wearables und Zielgruppen-Tracking (18 Prozent).

Quelle Pressemitteilung

## **Kein Einkaufserlebnis an Sonntagen?**

Nur die Gewerkschaft der Mitarbeiter vom Einzelhandel mögen Shopping-Erlebnisse an Sonntagen nicht. Der verkaufsoffene Sonntag am 07.05. in Hagen wurde untersagt. Wie wir erfahren haben, hat das Verwaltungsgericht Arnsberg die Öffnung von Geschäften im Rahmen des verkaufsoffenen Sonntags, der am 07.05.2017 in der Hagener Innenstadt geplant war, untersagt.

"Hagen blüht auf" heißt es jedes Jahr am ersten Wochenende im Mai, 2017 bereits zum 17. Mal. Die gesamte Innenstadt wird mit frühlingshaft dekorierten Blumenampeln geschmückt. Die Mischung aus unterhaltsamen Straßenkünstlern, musikalischem Programm auf mehreren Bühnen, Ständen mit kulinarischen Angeboten sowie den Fahrgeschäften der Schausteller macht "Hagen blüht auf" so besonders. Normalerweise beteiligen sich die Einzelhändler mit einem verkaufsoffenen Sonntag. Der Einzelhandel ist 2017 leider nicht mehr Teil eines Erlebnisses.

Nach dem Ladenöffnungsgesetz Nordrhein-Westfalen dürfen Verkaufsstellen an maximal vier Sonntagen pro Jahr und Gemeinde bis zur Dauer von fünf Stunden geöffnet sein. Es war in den letzten Jahren ein tolles Shopping-Erlebnis für die ganze Familie. Wir Kunden bleiben auf der Strecke.

In meinem Büro für Gestaltung begleiten wir seit Jahren den Einzelhandel im eCommerce. Neben der Shopgestaltung arbeiten wir in meinem Fotostudio an dem [Einkaufserlebnis der Zukunft](#).

## **Zahlreiche Studien belegen die fördernde Wirkung von 360° Fotos**

Die Menschen erinnern sich an 80 % von dem, was sie gesehen haben, an 20 %, worüber sie gelesen haben und an 10 %, wovon sie gehört haben. Das zeigt die Studie von Paul Martin Lester, dem amerikanischen Professor für Kommunikation an der California State University, Fullerton.

Das Ergebnis dieser Studie erklärt die hohe Konversionsrate der Online-Angebote, die für die Präsentation ihrer Produkte virtuelle 360°-Fotos einsetzen. Die interaktiven 360°-Fotos hinterlassen einen bleibenden visuellen Eindruck und bewirken, dass sich die Online-Besucher an das Gesehene – und in dem Fall von 360°-Fotos – an das (virtuell) Erlebte, gut erinnern können.

Der 3D-Scan von uns verfügt über Eigenschaften, die die konventionelle "flache" Fotografie nicht bietet: einen unbegrenzten Sichtwinkel und Interaktivität. Dies ist aber nur einer von vielen Aspekten, die die virtuellen 3D-Ansichten so geschäftsfördernd machen.

In unserem Fotostudio in Hagen erstellen wir dir für deinen Online Shop 3D-Scan von deinen Produkten und 360°-Fotos <https://blog.r23.de/online-buchungsservice/>. Erfahre mehr <https://blog.r23.de/3d-scan-hole-dir-deinen-3d-inhalt-gleich-hier/>

## **Verwandeln Sie Ihren Commerce mit AR und 3D-Produktvisualisierung!**

Bei uns geht es um Techniken, die es schaffen, das Produkt zum Erlebnis zu machen. Virtual & Augmented Reality, 360 Grad-Videos, Darstellungen in 3D, virtuelle Showrooms. Die Besucher:innen sollen eintauchen in die Welt des Unternehmens mit immersiven Technologien.



Sie können uns mit der Erstellung von individuellen 3D-Visualisierungen beauftragen. Jeder kann 3D-Visualisierungen bei unserem Kreativservice bestellen - unabhängig davon, ob Sie nur ein einzelnes 3D-Modell benötigen oder viele.

Wir unterstützen Sie bei der Umsetzung Ihres Augmented Reality (AR) oder Virtual Reality (VR) Projektes! Egal ob [Produktfotografie](#), [3D-Scan-Service](#), [3D-Visualisierung](#) oder fertige [3D-Modelle für AR/VR](#) – wir beraten Sie persönlich und unverbindlich.

### **Wo kann ich Anregungen, Lob oder Kritik äußern?**

Ihre Meinung ist uns wichtig! Schreiben Sie uns, was Ihnen in Bezug auf unser Angebot bewegt. [info@r23.de](mailto:info@r23.de)

## **R23 — Ihr Atelier für Virtual Reality und interaktive Markenerlebnisse**

Wünschen Sie ein individuelles Angebot auf Basis Ihrer aktuellen Vorlagen, nutzen Sie einfach unser [Anfrageformular](#).

## **Aktueller Adobe Report beleuchtet die digitalen Trends 2017 im Einzelhandel**



<https://blog.r23.de/allgemein/aktueller-adobe-report-beleuchtet-die-digitalen-trends-2017-im-einzelhandel/>

Besuchen Sie uns auch auf [Facebook](#) und [Twitter](#).

r23  
Thüringenstr. 20  
58135 Hagen  
Deutschland  
Telefon: 02331 / 9 23 21 29

E-Mail: [info@r23.de](mailto:info@r23.de)

Ust-IdNr.:DE250502477