



© PantherMedia/Wavebreakmedia Ltd.

Mit dem Smartphone offline shoppen

Das Handy zeigt in der Filiale u.a. Einkaufslisten an und avanciert zum Top-Tool auch für den stationären Handel.

Immer dabei

Das Handy wird nicht nur beim Onlineshopping mehr und mehr zur ersten Wahl – auch im stationären Handel wird seine Rolle als Promotions-Unterstützer zusehends gewichtig.

•• Von Christian Novacek

Johannes Wollenburg ist Manager Digital Solutions & Business Development bei Chep Deutschland, einem Unternehmen für Supply Chain-Lösungen. Wollenburg verantwortet dort die Smart Promotions. Im medianet-Interview zeigt er

auf, inwieweit der E-Commerce auch die Einkaufsgewohnheiten im stationären Handel beeinflusst – und welche Chancen sich dabei ergeben. Denn: Das Handy ist auf jeder Shoppingtour ein treuer Begleiter.

medianet: Wie hat die Digitalisierung das Verhalten der Shopper im Handel verändert?

Johannes Wollenburg: Im Zuge der Digitalisierung hat sich das Verbraucherverhalten stark gewandelt. Fakt ist: Das Smartphone ist zu einem wichtigen Begleiter nicht nur beim Online-Shopping, sondern auch im stationären Einzelhandel geworden. Zwischenzeitlich ist es aus der Customer Journey nicht mehr wegzudenken.

medianet: Wie konkret wird das Handy dabei eingesetzt?

Wollenburg: Vor Ort werden Preise verglichen und Produkteigenschaften wie Inhaltsstoffe oder Testergebnisse eingeholt. Im Store wird nach den günstigsten Preisen gesucht. Laut aktuellen Zahlen nutzen 62 Prozent aller Deutschen ihr Smartphone bereits beim Offline-Shopping.