

WEBSHOP FÜHRT ZU STATIONÄREN KÄUFEN



Veröffentlicht am 15. Februar 2013 von Annette

Viele Einkäufe werden heutzutage über das Internet erledigt. Egal, ob Kleidung, Bücher, Elektrogeräte oder sogar Lebensmittel [...]



Viele Einkäufe werden heutzutage über das Internet erledigt. Egal, ob Kleidung, Bücher, Elektrogeräte oder sogar Lebensmittel - Benutzer shoppen im Netz und lassen sich ihre Ware bequem liefern. Hier hat sich das sogenannte Showrooming, also das Preise vergleichen im Laden mit dem Smartphone und dann woanders bestellen, zum Schreckgespenst für Einzelhändler entwickelt. Viele fürchten, dass ihnen große Online-Händler das Wasser abgraben.

Offenbar gibt es aber auch eine gegenteilige Entwicklung: Ein jüngst gehaltener Vortrag einer Mitarbeiterin von Ernstings family hat gezeigt, dass viele Kunden **im Netz recherchieren**, sich dort über die Produktpalette informieren und **dann im stationären Ladengeschäft kaufen**. Auf **100 Online-Bestellungen** kämen so laut der Mitarbeiterin rund **45 stationäre Zusatzkäufe**.

Unternehmen, die einen stationären Handel betreiben und einen benutzerfreundlichen Webshop besitzen, können sich also freuen und sollten weiter daran arbeiten, ihre Webpräsenzen **aktuell** und interessant zu halten und für gute Bewertungen zu sorgen. So können sie bereits weit vor dem eigentlichen Kauf - nämlich bei der Internet-Recherche des Benutzers - punkten. Ein Mix aus Online-Shop und Filiale erweist sich einmal mehr als das Handelsmodell der Zukunft.

Thumbnail Image: [Money Wallet](#) von [401\(K\) 2013](#) via [CC BY-SA 2.0](#)