

**Ein nahtloses Einkaufserlebnis  
für Ihre Kunden?**

# **DER HANDELSVERBAND OMNICHANNEL READINESS INDEX 2.0**

Eine Studie im Auftrag von



in Zusammenarbeit mit

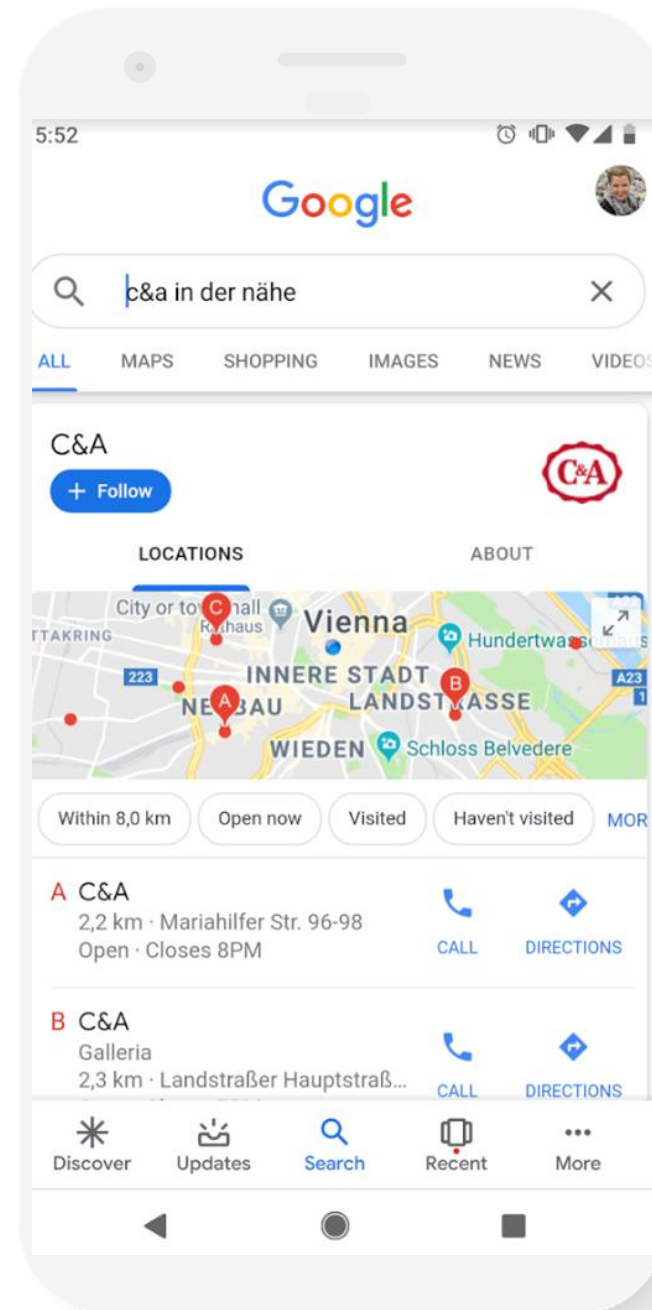


**mindtake**  
360° ANALYTICS AND INSIGHTS

Stand: Mai 2019

# 2x

Suchanfragen mit lokalem Bezug  
z.B. "Modegeschäft in der Nähe"



Studiendesign: 360° Perspektive durch  
Kombination drei verschiedener  
Erhebungsmethoden:

- **Desk Research:** in Summe über 4.200 Checkpunkte bei 45 Händlern getestet
- **Kundenbefragung:** 1.000 Österreicherinnen (repräsentativ für Personen, die zumindest alle 6 Monate im Internet bestellen) bewerteten die Wichtigkeit jener Faktoren, die im Desk Research erhoben wurden.
- **Händlerbefragung:** 26 Händler gaben Informationen zu ihrer Omnichannel-Reife, wie auch diesbezüglichen Organisation und Strategie.



# MOBILE FRIENDLINESS

(76% im Schnitt)



Mobil-optimierte Website



Ladezeit



## TOP 3 DER KATEGORIE

Zara 90%  
Depot 88%  
Humanic 87%

# ZARA

# TRANSPARENZ & VERTRAUEN

(70% im Schnitt)



Auffindbarkeit des Suchfelds

Gütesiegel



Info über Versandbedingungen vorhanden und schnell auffindbar



Info über Bezahlungsmöglichkeiten vorhanden und schnell auffindbar



Info über Retouren vorhanden und schnell auffindbar



Vergleichsliste



Zeitraum der Lieferung wird angegeben



Konkreter Tag der Lieferung wird angegeben



Uhrzeit der Lieferung oder Zeitfenster der Lieferung (in Stunden) wird angegeben



Lieferzeit wird im Warenkorb pro Produkt getrennt angegeben



## TOP 3 DER KATEGORIE

**Intersport 80,2%**

**Pagro 80,1%**

**Conrad 79,6%**

 **INTERSPORT®**

# PERSONALISIERUNG, LOYALTY & SHARING

(72% im Schnitt)

- ✓ Kontext-Empfehlungen
- ✓ Produktbewertungen / Kundenrezensionen
- ✓ Social Media Share Option
- ✓ Merkliste
- ✓ Merkliste teilbar (Wunschliste)
- ✓ Warenkorb bleibt nach Schließen des Browsers erhalten
- ✓ Links zu Social Media Plattformen
- ✓ Loyalty Programm im Online-Shop kommuniziert
- ✓ Frage nach Kundenkarte/ Loyalty-Programm (z.B. Eingabefeld für Kundenkarten-Nummer)



## TOP 7 DER KATEGORIE

kika 94,7%

Leiner 94,7%

Conrad, Saturn, Media Markt,  
Ikea, Mömax 93,1%



# FLEXIBLE KONTAKT- MÖGLICHKEITEN

(67% im Schnitt)



## TOP 5 DER KATEGORIE

**Kastner & Öhler 89,8%**

**Gigasport 89,8%**

**Esprit 83,8%**

**Billa 76,5%**

**Blue Tomato 76,5%**

Newsletter

Live-Chat

Whatsapp

FAQs

Telefon-Hotline

Telefon-Hotline  
schnell auffindbar

Anfrage per E-Mail  
oder Kontaktformular

Möglichkeit,  
Rückruf vom Händler  
anzufordern





# WEGWEISER IN DIE FILIALE

(85% im Schnitt)

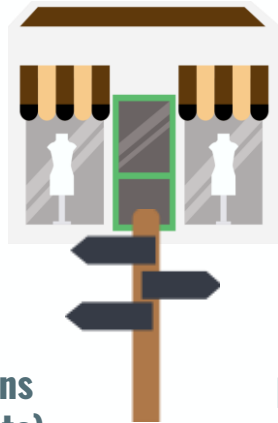
Auffindbarkeit des Filialfinders

Suchfeld für Filialsuche

Liste der Filialen

Routenplaner zur Filiale

Anzeige der Filialen  
filterbar



Kontaktinfo zur Filiale:  
Telefon

Eintrag des Unternehmens  
(Profil, Öffnungszeiten, etc)  
auf  
Google My Business

Kontaktinfo zur Filiale:

Öffnungszeiten der  
Filialen

Filialnetz auf Google Maps  
hinterlegt



**TOP 4** DER KATEGORIE

**Interspar 99,3%**  
**C&A 99,0%**  
**Hofer 99,0%**  
**Billa 98,6%**

# PAYMENT, FUL- FILLMENT & RETURNS

(61% im Schnitt)



**PAYMENT**



**FULFILLMENT**



**RETURNS**



**TOP 3** DER KATEGORIE

**Interspar 80,1%**

**Obi 79,7%**

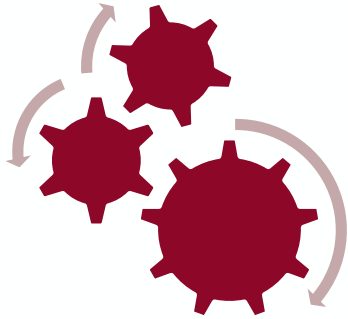
**Bipa 75,1%**

**INTERSPAR**



# CHANNEL INTEGRATION

(47% im Schnitt)



Click&Collect

Click&Collect

Retoure in Filiale möglich

Reserve & Collect

Produktverfügbarkeit in Filiale wird angezeigt



## TOP 14 DER KATEGORIE

Hornbach 86,9%  
Decathlon, Bipa, Esprit,  
Kastner & Öhler, Gigasport,  
Hervis, Thalia, Pagro, Libro,  
Douglas, Tchibo/Eduscho,  
Saturn, Media Markt 68%


**HORN BACH**   
Es gibt immer was zu tun.

# ORI Branchensieger


  
**Bipa**  
77,3%  
Drogerie

  
**Libro**  
75,1%  
Bücher &  
Papierbedarf


  
**Esprit**  
77,9%  
Fashion &  
Accessoires

  
**Media Markt**  
73,0%  
Computer &  
Elektro(nik)

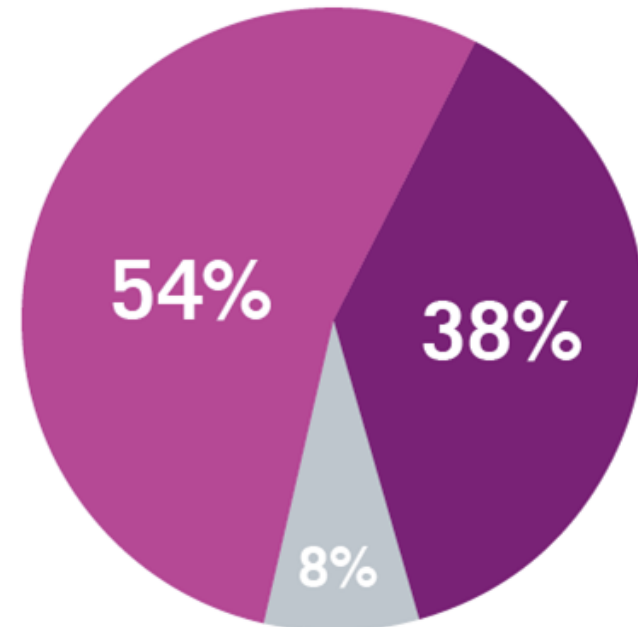
  
**Mömax**  
74,1%  
Wohnen &  
Einrichten

  
**Gigasport**  
77,9%  
Sport &  
Freizeit

  
**Hornbach**  
77,7%  
Heimwerken & Garten

  
**Tchibo/  
Eduscho**  
73,9%  
Lebensmittel-  
einzelhandel

# Omnichannel BUSINESS ORGANISATION



Das E-Commerce Team und das stationäre Vertriebsteam berichten an dieselbe Person.



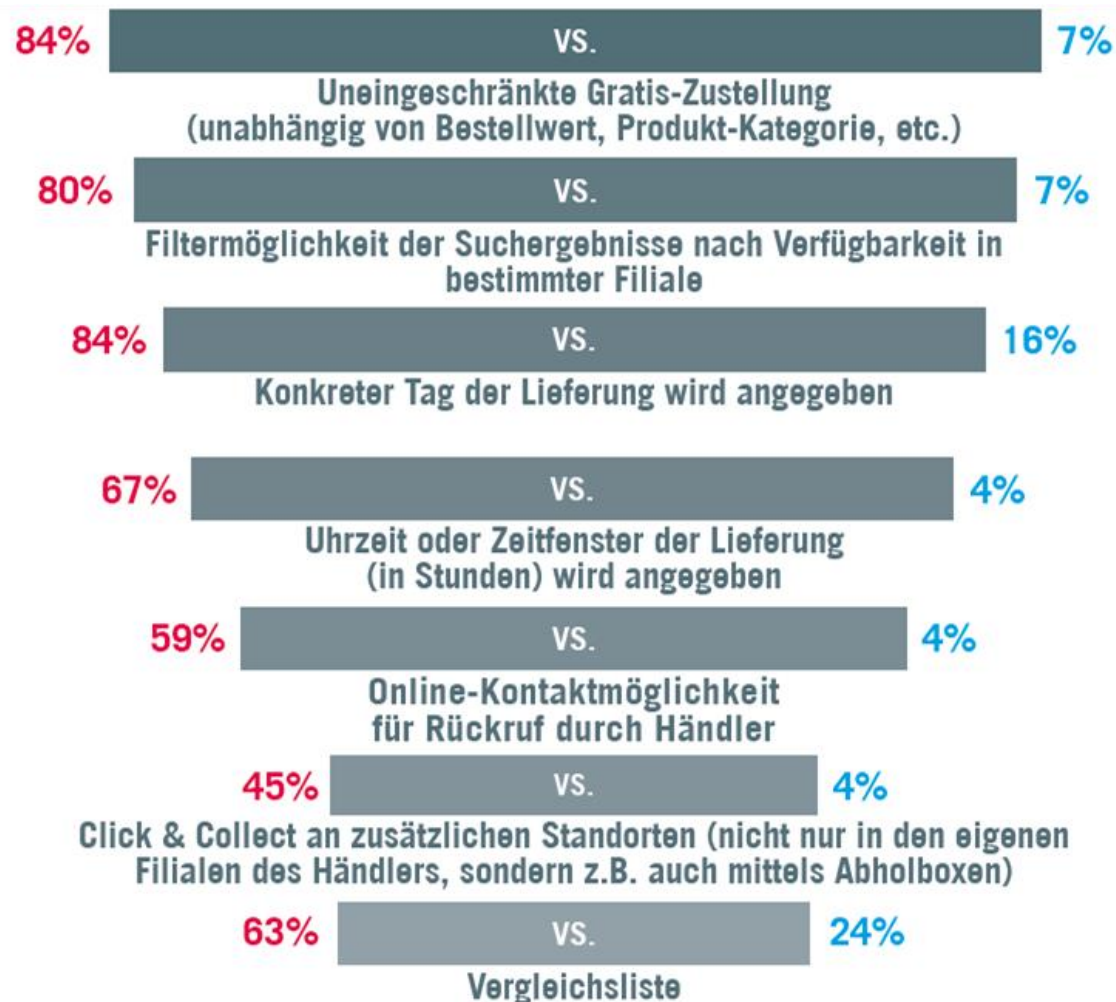
Es gibt getrennte Zuständigkeiten.



Keine Angabe

# Die Kluft zwischen Kundenwunsch und Wirklichkeit

## OMNICHANNEL POTENZIALE



**Prozentsatz der Kunden,  
für die das Feature wichtig ist**  
VERSUS  
**Prozentsatz der Händler,  
die es anbieten.**

# Download & ORI Selbstcheck



Download des Posters und des Studienbandes:  
[www.handelsverband.at/ORI2019](http://www.handelsverband.at/ORI2019)

Check yourself – ORI Selbstcheck:  
<https://ori.handelsverband.at>

2 von 12 Bögen

### Mobile Performanz

MOBILE STORE CONTACT

Bezogen auf Ihre Mobile Site: Sind im Filialfinder Telefonnummern der einzelnen Filialen gelistet, kann also direkt in den Filialen angerufen werden?  Ja  Nein

Bezogen auf Ihre Mobile Site: Sind die angeführten Telefonnummern mit Click-to-Call ausgestattet, kann also per Klick auf die Telefonnummer diese angewählt werden?  Ja  Nein

**best it**  
eCommerce solutions

Speichern und weiter

