

Studie zeigt: Deutsche offen für automatisiertes Bestellen

Walldorf, 09. Juli 2018 – Künftige Konsumenten zeigen starkes Interesse am automatisierten Einkaufen. Unter den 14- bis 19-jährigen Onlinern können sich dies schon heute 80 Prozent vorstellen. Bei den Internetnutzern zwischen 20 und 69 Jahren ist es immerhin mehr als die Hälfte, die Produkte des täglichen Bedarfs (Fast Moving Consumer Goods, FMCG) automatisiert bestellen würde. Das zeigt die neue Kompaktstudie „[Automatisiertes Einkaufen – Hit oder Hype im Handel?](#)“ von ECC Köln und SAP Customer Experience (ehemals SAP Hybris). Besonders gefragt sind automatisierte Bestellsysteme beim Kauf von Haushaltspapier und Waschmittel: Rund 40 Prozent der jüngeren Internetnutzer und mehr als jeder zweite erwachsene Befragte können sich vorstellen, hier automatisiert nachzuordern. Dies trifft auch auf Kaffee, Putzmittel, Rasierklingen oder Duschgel zu.

Automatisiertes Shopping bei Gewohnheitskäufen bevorzugt

Für automatisierte Nachbestellungen eignen sich jene Produkte, bei denen Deutsche besonders markentreu sind und die sie daher immer identisch kaufen, wie zum Beispiel Waschmittel, Shampoo oder Deo. 87 Prozent der Befragten geben an, sich bei FMCG-Produkten am liebsten immer für gleiche Marken und Varianten zu entscheiden. Insbesondere der Faktor Zeit spielt eine große Rolle. 4 von 10 Konsumenten können sich automatisiertes Shopping vorstellen, um den Einkauf alltäglicher Produkte zu verkürzen.

Kontrolle bleibt wichtig

Bei aller Offenheit gegenüber automatisierten Bestellvorgängen ist den Befragten wichtig, den Prozess auch verändern und kontrollieren zu können. Knapp die Hälfte der erwachsenen Internetnutzer mit Interesse an automatisierter Nachbestellung will flexibel bestimmen können, wie viele Produkte, wann, und in welcher Ausführung geliefert werden sollen.

„Die Deutschen wollen auch bei automatisierten Bestellungen die Kontrolle nicht aus der Hand geben. Wie bei so vielen anderen Prozessen im Handel gilt auch hier: Der Kauf soll so individuell und auf den Käufer zugeschnitten wie möglich sein. Nur dann ist auch echte Convenience gegeben“, so **Dr. Eva Stüber, Mitglied der Geschäftsleitung am IFH Köln**.

Lieferant egal, Bestellauslöser nicht

Der Mensch ist ein Gewohnheitstier. So bevorzugen auch Konsumenten einfache, bekannte Wege bei der Bestellung. Eine Auftrag per App (46 Prozent) ist gegenüber komplett automatisierten Bestellvorgängen der Favorit. Weniger wichtig ist dagegen der Lieferant. 36 Prozent der Befragten haben hier keine Präferenz, 30 Prozent bevorzugen noch vor Amazon die Lieferung durch ein Geschäft in der Nähe.

Über die Kompaktstudie

Die Kompaktstudie untersucht, welches Potenzial automatisiertes Bestellen bei Konsumenten bereits heute hat und wie die Konsumenten von heute und morgen dazu stehen. Dazu wurden 693 Internetnutzern in Deutschland im Februar 2018 befragt.

„Künstliche Intelligenz und automatisiertes Einkaufen sind auf dem Vormarsch. Wie die Studie zeigt, ergeben sich hieraus neue Chancen für den Handel“, erklärt **Moritz Zimmermann, Chief Technology Officer bei SAP Customer Experience**. „Dabei sollten aber immer die Bedürfnisse des Kunden im Vordergrund stehen. Die Akzeptanz hängt davon ab, ob die Bestellvorgänge für den Kunden einfach, transparent und kontrollierbar sind. Die Studie zeigt, wenn Unternehmen es richtig anpacken, dass automatisiertes Shopping ein Wettbewerbsvorteil sein kann.“

ECC Köln – Experten für Handel im digitalen Zeitalter

Eingebunden in das renommierte IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Analysen und Beratung in puncto progressiver Strategie rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Das ECC Köln entwickelt und erstellt individuelle Forschungsarbeiten und Studien zu weltweit wichtigen Zukunftsthemen des Handels wie zum Beispiel Cross-Channel-Management, Mobile Commerce oder Payment. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von der hohen Methodenkompetenz, dem umfangreichen Experten-Know-how und der strategischen Beratung der ECC-Experten. Konzepte für E-Commerce-Kanalexzellenz und erfolgreiches Cross-Channel-Management gehören genauso zum Leistungsspektrum des ECC Köln wie die Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen. www.eckckoeln.de

Weitere Presseinformationen finden Sie im [SAP News Center](#). Folgen Sie SAP auf Twitter unter [@SAPdach](#).

Informationen zu SAP

Als Marktführer für Unternehmenssoftware unterstützt die SAP SE Firmen jeder Größe und Branche, ihr Geschäft profitabel zu betreiben, sich kontinuierlich anzupassen und nachhaltig zu wachsen. Vom Back Office bis zur Vorstandsetage, vom Warenlager bis ins Regal, vom Desktop bis hin zum mobilen Endgerät – SAP versetzt Menschen und Organisationen in die Lage, effizienter zusammenzuarbeiten und Geschäftsinformationen effektiver zu nutzen als die Konkurrenz. Über 388.000 Kunden aus der privaten Wirtschaft und der öffentlichen Verwaltung setzen auf SAP-Anwendungen und Dienstleistungen, um ihre Ziele besser zu erreichen.

Weitere Informationen unter www.sap.de.

###

Sämtliche in diesem Dokument enthaltenen Aussagen, die keine vergangenheitsbezogenen Tatsachen darstellen, sind vorausschauende Aussagen wie im US-amerikanischen „Private Securities Litigation Reform Act“ von 1995 festgelegt. Wörter wie „vorhersagen“, „glauben“, „schätzen“, „erwarten“, „voraussagen“, „beabsichtigen“, „planen“, „davon ausgehen“, „können“, „sollen“, „werden“ sowie ähnliche Begriffe in Bezug auf SAP sollen solche vorausschauenden Aussagen kennzeichnen. SAP übernimmt keine Verpflichtung gegenüber der Öffentlichkeit, vorausschauende Aussagen zu aktualisieren oder zu korrigieren. Sämtliche vorausschauenden Aussagen unterliegen unterschiedlichen Risiken und Unsicherheiten, durch die die tatsächlichen Ergebnisse wesentlich von den Erwartungen abweichen können. Auf die Faktoren, die das zukünftige finanzielle Abschneiden von SAP beeinflussen könnten, wird ausführlicher in den bei der US-amerikanischen „Securities and Exchange Commission“ (SEC) hinterlegten Unterlagen eingegangen, unter anderem im letzten Jahresbericht Form 20-F. Die vorausschauenden Aussagen geben die Sicht zu dem Zeitpunkt wieder, zu dem sie getätigt wurden. Dem Leser wird empfohlen, diesen Aussagen kein unangemessen hohes Vertrauen zu schenken.

Deutschland und anderen Ländern. Zusätzliche Informationen zur Marke und Vermerke finden Sie auf der Seite <http://www.sap.de/copyright>.

Hinweis an die Redaktionen

Für Pressefotos und Fernsehmaterial in hoher Auflösung besuchen Sie bitte unsere Plattform www.sap.com/photos. Dort finden Sie aktuelles sendefähiges TV-Footage-Material sowie Bilder zu Themen rund um SAP zum direkten Download. Videos zu SAP-Themen aus der ganzen Welt finden Sie unter www.sap-tv.com. Sie können die Filme von dieser Seite auch in Ihren eigenen Publikationen und Webseiten einbinden.

Ansprechpartner für die Presse:

Michael Baxter, SAP, +49 151 1719 6185, m.baxter@sap.com, CET

eloquenza pr gmbh, Ina Rohe, +49 89 2420380, sapcustomerexperience@eloquenza.de, CET

[Pressebereich im SAP News Center](#); press@sap.com