

3

Online oder offline? Beides!

Omnichannel-Shopping ist
das „New Normal“.



30 % der Shopper wollen 2022
noch mehr online kaufen,
als im Jahr zuvor.⁹

Aber **nur 13 %** planen **ausschließlich**
online zu shoppen.¹⁰

Auch Offline-Einkäufe starten häufig online.

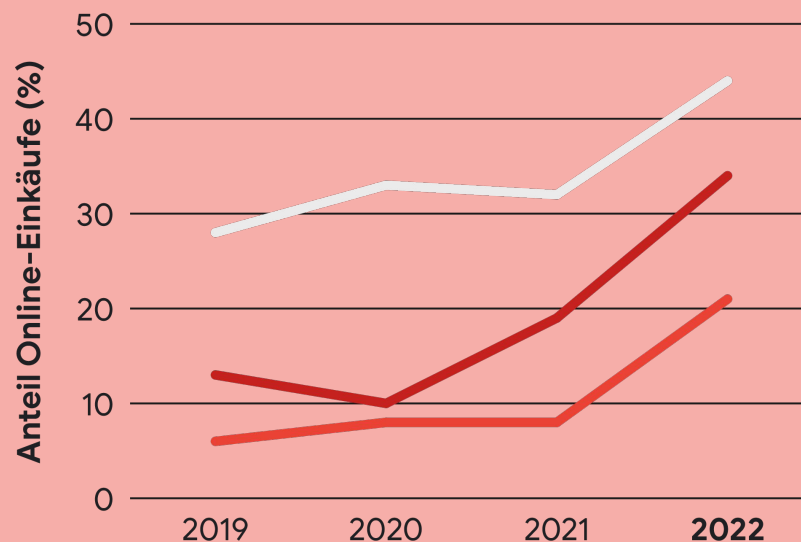
81 % der Konsument:innen **suchen digital**
nach **Geschenkideen** und Inspiration.¹¹

33 % wollen vorab **online überprüfen**,
ob ein Produkt im Laden **vorrätig** ist.¹²



Das Parfüm unterm Tannenbaum und die Lebensmittel für die Feiertage werden öfter online bestellt.

- Lebensmittel & Supermärkte
- Beauty
- Durchschnittliche Veränderung aller Branchen



Beautyprodukte & Lebensmittel
werden immer häufiger auch
online gekauft.¹³



Top-Tipp: Bieten Sie ein reibungsloses Einkaufserlebnis über alle Kanäle hinweg und seien Sie genau dort präsent, wo Ihre Kund:innen sind.

Von den Besten lernen: Entdecken Sie hilfreiche Insights von Omnichannel-Champions in der „Google Omnichannel Excellence Study“.

[Zur GOES Studie](#)



Wie Sie mit First-Party-Daten Omnichannel-Kunden anziehen.

[Zur Case Study](#)

