



PRESSEMITTEILUNG

IDH Industry Report: Digitalisierung in Marketing und Kommunikation ist essentiell für die Wettbewerbsfähigkeit

- **Der Handel ist sich einig: ohne Digitalisierung keine Wettbewerbsfähigkeit. 100 Prozent der Handelsunternehmen sehen Digitalisierung als wichtig, 80 Prozent sogar als sehr wichtig an.**
- **Flexibilität, Messbarkeit und Effizienz sind die wichtigsten Anforderungen**
- **Corona beschleunigt die Digitalisierung, ist aber mitnichten der einzige Treiber**

Berlin, 02. September 2021 – Die [Initiative Digitale Handelskommunikation \(IDH\)](#), angeführt von [Bonial](#), [marktguru](#) und [Offerista](#), veröffentlicht heute ihren ersten Industry Report. Für diese erste Ausgabe wurden Marketingverantwortliche führender Handelsunternehmen um ihre Einschätzungen zum Stand der Digitalisierung des Marktes gebeten. Teilgenommen haben 50 Entscheider aus allen Handelsbereichen. Ziel des Industry Reports ist es, ein umfassendes Lagebild zu geben, aus dem Branchenvertreter, Politik und Medien ihre Schlüsse ziehen und entsprechend handeln können.

Der Handel ist sich einig. Die Unternehmen antworteten ausnahmslos, dass die Digitalisierung im Marketing und in der Kommunikation für sie essentiell wichtig sei, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Digitalisierung betrifft alle Bereiche. Von der Logistik über Vertriebskanäle, die Preisgestaltung und CRM-Systeme bis hin zur Handelskommunikation. Entsprechend wurden und werden auch zukünftig die Budgets für digitale Medien konsequent erhöht. 94 Prozent haben in den letzten zwei Jahren mehr Budget für digitale Medien eingesetzt. Satt 98 Prozent planen in den nächsten Jahren das Budget für digitale Medien sogar weiter auszubauen. Die Unternehmen erwarten eine signifikante Budgetsteigerung von durchschnittlich 25 Prozent. Die digitalen Bereiche, die in Zukunft noch stärker ausgebaut werden sollen, sind Social Media (71%), Video Advertising (56%), die Unternehmens-App (47%). Auch die digitale Handelskommunikation soll stärker ausgebaut werden (40%) und das obwohl 98% der Unternehmen diese bereits als einen der wichtigsten Bausteine des digitalen Marketing-Werkzeugkasten einsetzen.

Im Ausland wird es bereits vielfach umgesetzt und in Deutschland kommt es zunehmend auf die politische Agenda: ein mögliches Opt-in Verfahren für die Zustellung von gedruckten Werbeprospekten. Dies hat auch der Handel erkannt und bei einem Drittel der befragten Unternehmen werden bereits mögliche alternative, also beispielsweise digitale, Kommunikationswege zum gedruckten Prospekt diskutiert.

Corona hat nach Aussage der Befragten nur teilweise mit der hohen Geschwindigkeit, in der die Digitalisierung voranschreitet, zu tun. Zwar geben 80 Prozent an, dass Corona die generelle Digitalisierung der Unternehmen stark beziehungsweise sehr stark beschleunigt hat, gleichzeitig sagen mit 55 Prozent mehr als die Hälfte der Marketingverantwortlichen, dass Corona kaum beziehungsweise keinen Einfluss auf die erfolgte Budgetsteigerung für digitale Werbung hatte. Dies ist ein weiteres Indiz für die bereits erkannte und gelebte Wichtigkeit der digitalen Handelskommunikation.

Der Handel knüpft hohe Erwartungen an die digitalen Werbekanäle. Die drei wichtigsten Anforderungen für die Unternehmen sind Flexibilität, Messbarkeit / ROI sowie hohe Effizienz.



PRESSEMITTEILUNG

Insbesondere in diesen als wichtig erachteten Kategorien zeigt die digitale Handelskommunikation ihre Stärke. Die befragten Unternehmen attestieren, dass ihre Erwartungen erfüllt werden: Flexibilität (96%), Messbarkeit / ROI (80%) und hohe Effizienz (72%).

Fazit: Die digitale Handelskommunikation wird von der gesamten Branche als Weg in die Zukunft wahrgenommen und entsprechend immer breiter eingesetzt. Davon profitieren alle Beteiligten der Wertschöpfungskette und nicht zuletzt die Konsumenten.

Benjamin Thym, Gründer und CEO Offerista und Mitinitiator der IDH, kommentiert: „Unser erster Industry Report, den wir als Initiative Digitale Handelskommunikation nun veröffentlicht haben, zeigt deutlich, was wir bereits seit längerem sehen: die Branche ist bei der Kommunikation voll auf digitale Transformation eingestellt.“

Eine **Infografik** zum IDH Industry Report finden Sie hier:

https://drive.google.com/file/d/1RaT2gAYxT5VMSr0syWXS_-Gdx4y1eSCd/view?usp=sharing

Weiteres **Pressematerial** (inklusive anderer Dateiformate der Infografik) finden Sie hier:

https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1fHnXJMUDmwyvA2D8PXAAnaZg_OGat9BgE

Über die IDH

Die Initiative Digitale Handelskommunikation, kurz IDH, ist eine Initiative führender Anbieter im Bereich der digitalen Handelskommunikation. Sie wurde im Jahr 2021 ins Leben gerufen. Die Initiatoren der IDH sind die zur Axel Springer SE gehörende Bonial GmbH mit Sitz in Berlin, die zu Seven.One Entertainment Group gehörende markt guru Deutschland GmbH mit Sitz in München und die in Berlin gegründete Offerista Group GmbH. Ziel der Initiative ist es, das Thema digitale Handelskommunikation als zukunftsweisenden Industriezweig breiter in die öffentliche Wahrnehmung zu bringen. Dazu analysiert und beobachtet die IDH den Markt und steht als Informationsquelle auch anderen Marktteilnehmern sowie Verbänden, Politik und Medien zur Verfügung.

Weitere Informationen unter:

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation>

Kontakt

IDH - Initiative Digitale Handelskommunikation

% VONROEDER COMMUNICATIONS | Schlegelstr. 4 | D-10115 Berlin

idh@vonroeder-communications.com

<https://www.linkedin.com/showcase/idh-initiative-digitale-handelskommunikation/>