



***DIE ZUKUNFT DES
E-COMMERCE***

**EINE
GLOBALE
STUDIE**

6 MÄRKTE



3.000 Menschen

Erhebung: Juli 2021

WER SIND DIE PROSUMERS?

LAGGARDS

MAINSTREAM

20%-30%
PROSUMERS

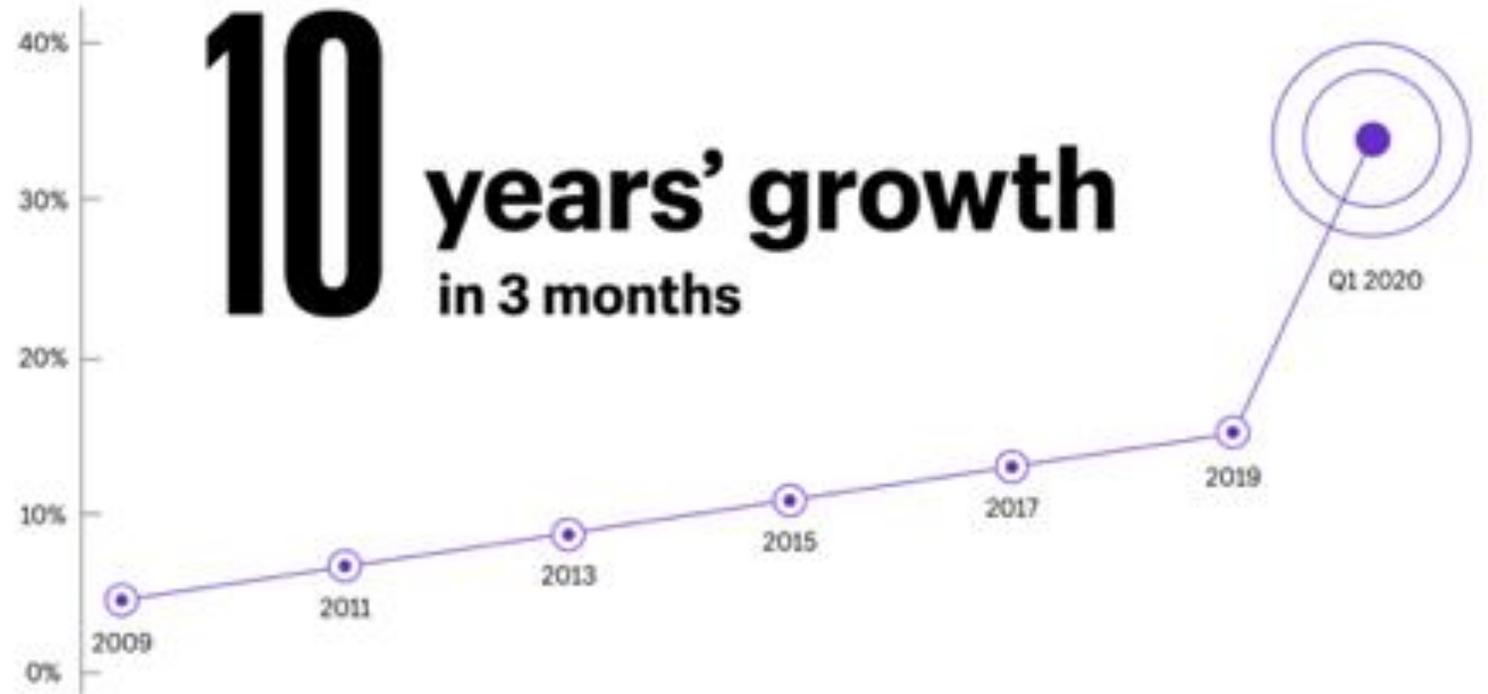
INSTIGATORS

PROSUMER
ADOPTION

6-18
MONATE

Quelle: Havas Worldwide Prosumer survey, 2019

U.S. E-COMMERCE MARKTDURCH- DRINGUNG IN %



Sourced from [McKinsey](#)

**E-COMMERCE IST
DIE NEUE NORM
GEWORDEN**

84%
PROSUMERS

61%
MAINSTREAM

Heutzutage fühlt es sich an, als ob das E-Commerce-Erlebnis besser ist als das Erlebnis im Geschäft.



60/40



80/51



89/77



74/46



94/74



93/82

**BIS ZU DEM
PUNKT AN DEM
ES ZUR ZWEITEN
HEIMAT WURDE**

79%
PROSUMERS

53%
MAINSTREAM

Während Covid-19 war es essentiell, Zeit mit Surfen/Shoppen auf E-Commerce-Plattformen zu verbringen, um mich zu unterhalten.



49/24



79/46



80/70



75/47



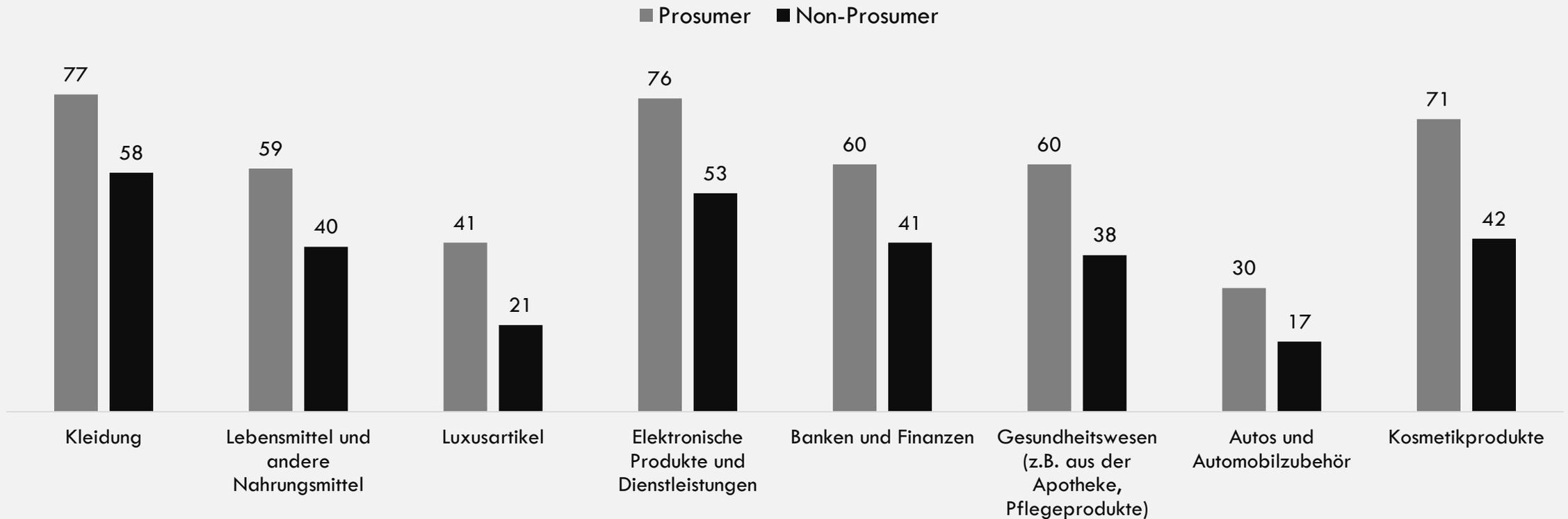
85/59



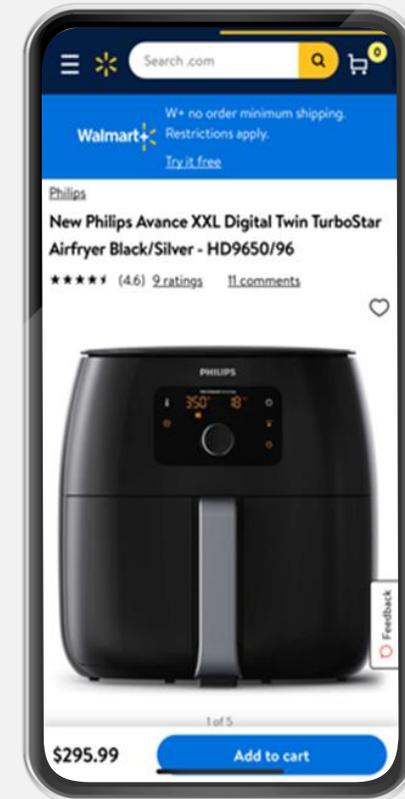
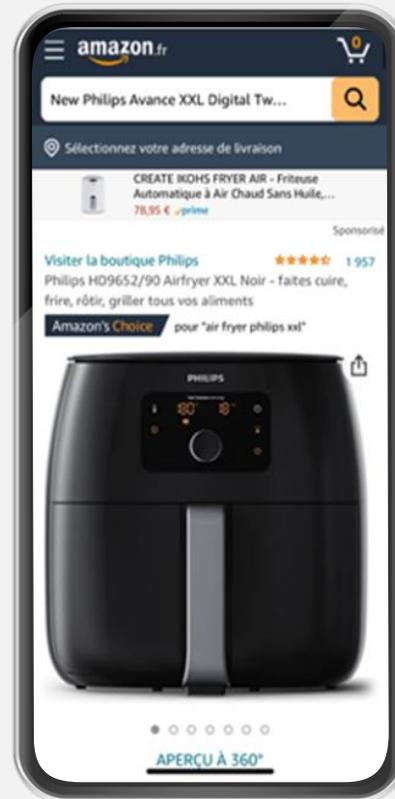
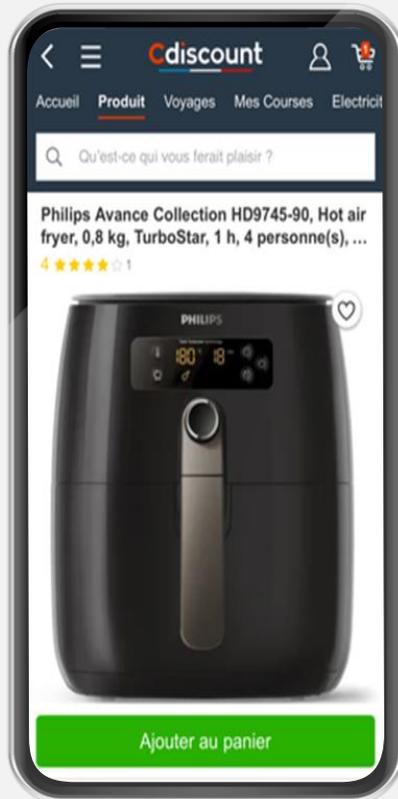
93/77

DAS WIRD FÜR VIELE KATEGORIEN SO BLEIBEN

Nach der COVID-19-Krise werde ich diese Produktkategorien eher online als im Geschäft kaufen:



ABER ES HAT AUCH EIN HOMOGENES EINKAUFSERLEBNIS GESCHAFFEN



**E-COMMERCE
KÖNNTE
SEINEN GLANZ
VERLIEREN**

27%
PROSUMERS

38%
MAINSTREAM

Online-Käufe sind bequem, aber die meisten meiner E-Commerce-Erfahrungen sind wirklich langweilig.



32/24



35/44



22/45



45/46



19/17



19/46

VOR ALLEM BEI DER GEN Z

44%

GEN Z

26%

BOOMERS

Online-Käufe sind bequem, aber die meisten meiner E-Commerce- Erfahrungen sind wirklich langweilig.

WIE BRINGT MAN E-COMMERCE ZUM STRAHLEN?
WENN KREATIVITÄT AUF KOMMERZ TRIFFT

1. DIE NEUEN REGELN DES E-COMMERCE

2. ZWECK JENSEITS VON KLICKS

3. AUF DER RICHTIGEN SEITE DER DATENGESCHICHTE STEHEN

4. VOM ORT DES KAUFES ZUM ORT DES SOZIALEN AUSTAUSCHS

DIE NEUEN REGELN IM E-COMMERCE

Die Verpflichtung >90

kostenloser Versand & Rückgabe
schnelle & reibungslose Lieferung
gute Kundenbewertungen

Das "Nice to Have" >50

Treuerabatte für Kunden
Kaufempfehlungen
vielfältige Optionen

Wo du den Unterschied machen kannst >30

Inspiration-Boards
schaffen eines In-Store-Erlebnisses
Infos über die Produktwirkungen

KOSTENLOSER VERSAND & RÜCKGABE

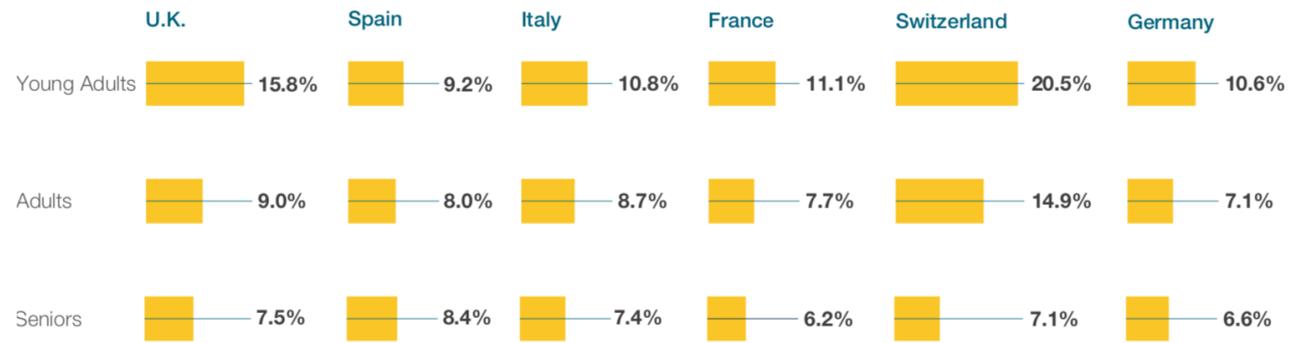
93%
PROSUMERS

89%
MAINSTREAM

In einer Zeit nach COVID-19, wie wichtig ist die folgende Eigenschaft einer Website/App?
Kostenloser Versand und Rückgabe.



AVERAGE RETURN RATES ONLINE (%)



KOSTENLOSER VERSAND & RÜCKGABE

Gold Lion – Creative E-commerce

Die Vorteile des Wardrobing nutzen, während andere E-Händler ihre Kunden, die zu oft Artikel zurücksenden, auf eine schwarze Liste setzen.

ENJOY BEFORE RETURNING
by DIESEL

SOCIAL STRATEGY
Wearing clothes once and then returning them for a full refund (i.e. a "wardrobe") is a trend that costs the fashion industry \$2B billion/year.

GOAL
Retailer must reduce unsold inventory by 10% step 1 by blacklisting customers. Brand understood it and encouraged people to enjoy before returning.

PROBLEMS
Fashion being the king of the town, the campaign helped Diesel actually reduce returns by 2% globally. It's an occurrence that's increasing sales and attracting new consumers by 20%.

SALES UP +24%
-14% ONLINE RETURNS
-9% IN-STORE RETURNS
96M MEDIA IMPRESSIONS
OUR MOST BRANDED CAMPAIGN EVER

ELLE
ESQUIRE
VOGUE
L'OFFICINE
WWD
GRIZEL

SCHNELLE & REIBUNGSLOSE LIEFERUNG

95%

PROSUMERS

Marken haben die Aufgabe, den Rücksende-Prozess so einfach und reibungslos wie möglich zu gestalten.

85%

MAINSTREAM

95%

PROSUMERS

In einer Zeit nach COVID-19, wie wichtig ist die folgende Eigenschaft einer Website/App?
Schnelle Lieferung (innerhalb von 1-2 Tagen).

85%

MAINSTREAM

Fundraising der Betreiber von "Dark Stores" in Millionen Euro

	2.400
	1.200
	1.050
	335
	292
	125

REIBUNGSLOS CASE STUDY

Entwicklung von reibungslosen Erlebnissen in einem spezifischen Kontext:
Gaming

↑Shift + K + F + C

the **NEWEST & FASTEST**
COOLEST WAY TO ORDER KFC

By 2022, there will be 1.2 billion gaming players in the world. They are impatient about not to spend any time performance, because they never want to stop playing. Even so, we learned a way to order KFC without interrupting gaming time, by using a game controller connection. The best only, but the best's name itself.

Just one: **SHIFT K F C**

Just one, that's all to play.

Every time registered users open the cheat code, we enter with their registered items to avoid any automatically placed, processed, and delivered. The game registered users, the cheat code entered a new game screen. Addressed after a rapid game customer satisfaction.

- Launched across 11 countries in the Middle East
- 40 Production cost
- Just by adding a single line of code to our platform
- +300% increase in online orders

AdAge | brandpoint | ANA | campaign | commerce | Mashable | TAXI | toplog | gameformer | LOGAN | DDA | OGN |

KUNDENBEWERTUNGEN

93%
PROSUMERS

79%
MAINSTREAM

In einer Zeit nach COVID-19, wie wichtig ist die folgende Eigenschaft einer Website/App? Zugang zu Kundenrezessionen/Bewertungen.



87/67



93/76



94/82



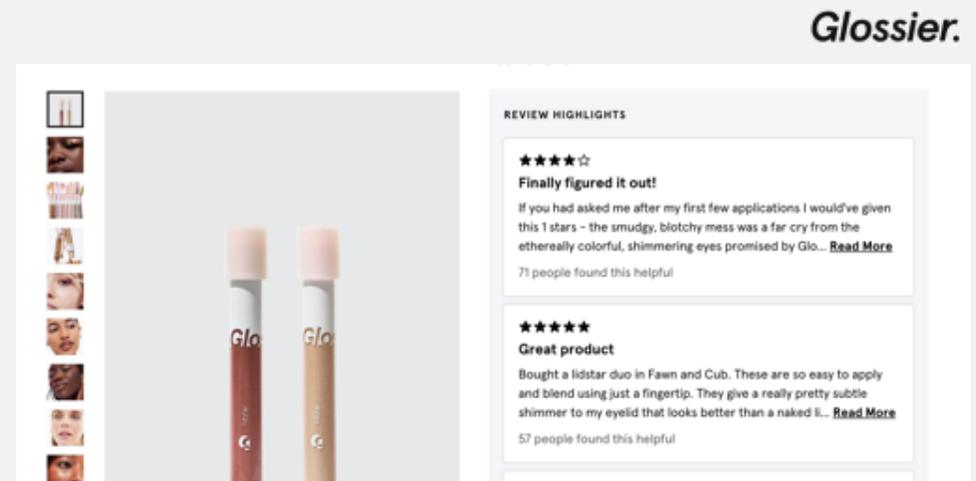
88/73



94/86



97/90



DIE NEUEN REGELN IM E-COMMERCE

Die Verpflichtung >90

kostenloser Versand & Rückgabe
schnelle & reibungslose Lieferung
gute Kundenbewertungen

Das "Nice to Have" >50

Treuerabatte für Kunden
Kaufempfehlungen
vielfältige Optionen

Wo du den Unterschied machen kannst >30

Inspiration-Boards
schaffen eines In-Store-Erlebnisses
Infos über die Produktwirkungen

TREUERABATTE

87%

PROSUMERS

79%

MAINSTREAM

In einer Zeit nach COVID-19, wie wichtig ist die folgende Eigenschaft einer Website/App? Treuerabatte.



86/80



84/72



88/77



81/72



91/90



87/83

Le paiement mobile de Starbucks plus populaire que ceux d'Apple et Google



KAUF- EMPFEHLUNGEN

77%
PROSUMERS

56%
MAINSTREAM

In einer Zeit nach COVID-19, wie wichtig ist die folgende Eigenschaft einer Website/App?
Empfehlungen basierend auf getätigte Käufe.



64/45



65/46



85/67



66/43



81/69



88/71

VIELZAHL AN OPTIONEN

43%

PROSUMERS

42%

MAINSTREAM

Was sind die wichtigsten Merkmale eines guten mobilen E-Commerce-Erlebnisses? Bietet mir eine Vielzahl von Zahlungsoptionen.



32/43



48/36



23/28



43/34



56/60



54/51

IKEA Becomes First Retailer To Let Customers Pay Using Time

RE VENDRE SON ANCIEN TÉLÉPHONE LORS D'UN ACHAT SUR BACK MARKET ?

BackMarket

Le Blog

Le bitcoin : une méthode de paiement désormais acceptée par les e-commerces

ECN

DIE NEUEN REGELN IM E-COMMERCE

Die Verpflichtung >90

kostenloser Versand & Rückgabe
schnelle & reibungslose Lieferung
gute Kundenbewertungen

Das "Nice to Have" >50

Treuerabatte für Kunden
Kaufempfehlungen
vielfältige Optionen

Wo du den Unterschied machen kannst >30

Inspiration-Boards
schaffen eines In-Store-Erlebnisses
Infos über die Produktwirkungen

SHOPPING INSPIRATION

47%

PROSUMERS

Ich denke, Marken könnten E-Commerce unterhaltsamer gestalten, indem sie: Menschen die Möglichkeit geben, Inspiration-Boards auf der Seite zu erstellen (Pinterest).



39/18



53/26



44/38



34/23



48/33



60/50

31%

MAINSTREAM

#monkistyle

We LOVE to see u all & your unique style. Pls keep tagging @monki to share ur A-MAZE-ING #monkistyle with us!



SCHAFFEN EINES IN-STORE ERLEBNIS

33%

PROSUMERS

25%

MAINSTREAM

Was sind die wichtigsten Merkmale eines guten mobilen E-Commerce-Erlebnisses? Der Einkauf soll Spaß machen, genauso wie das Einkaufserlebnis im Geschäft.



29/20



34/21



41/36



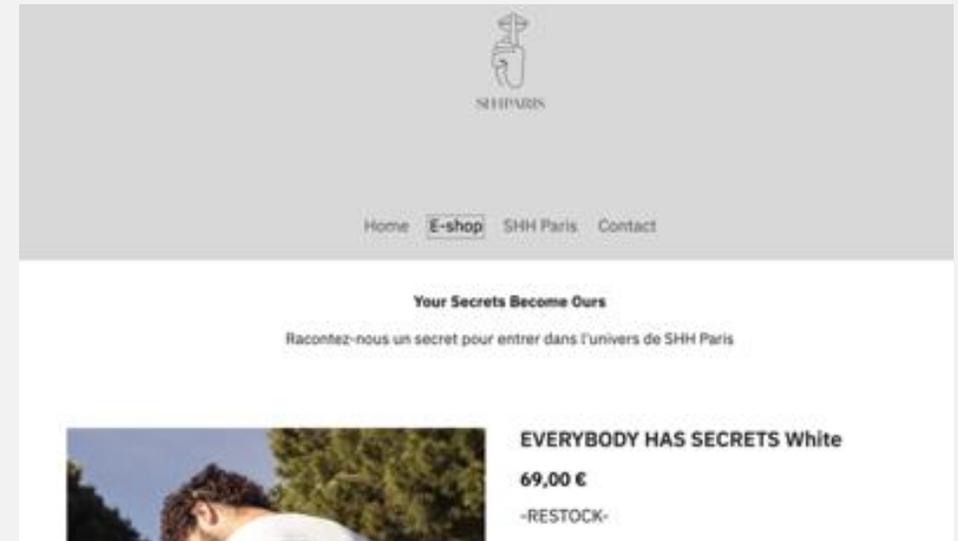
30/19



28/20



37/35



SORGFÄLTIG GEWÄHLTE INFORMATIONEN

35%
PROSUMERS

28%
MAINSTREAM

Was sind die wichtigsten Elemente eines guten mobilen E-Commerce-Erlebnisses? Informationen, die mir helfen, bewusst einzukaufen (z. B. Produktherkunft, Umweltauswirkungen).



29/20



28/23



33/28



40/25



39/37



38/37



choose



Craquez pour le produit ayant les valeurs qui vous ressemblent.

Aujourd'hui, nous avons besoin de mettre du sens derrière les produits que nous consommons. C'est pourquoi nous avons sélectionné cette créatrice parisienne qui produit dans son atelier de Montmartre et cette crème 100% naturelle et non testée sur les animaux.

Notre mission est de mettre en lumière et sublimer ces belles histoires.

#CHOOSE.THE.FUTURE

MADE IN FRANCE

PREMIUM

UPCYCLING

FAIT MAIN

NATUREL

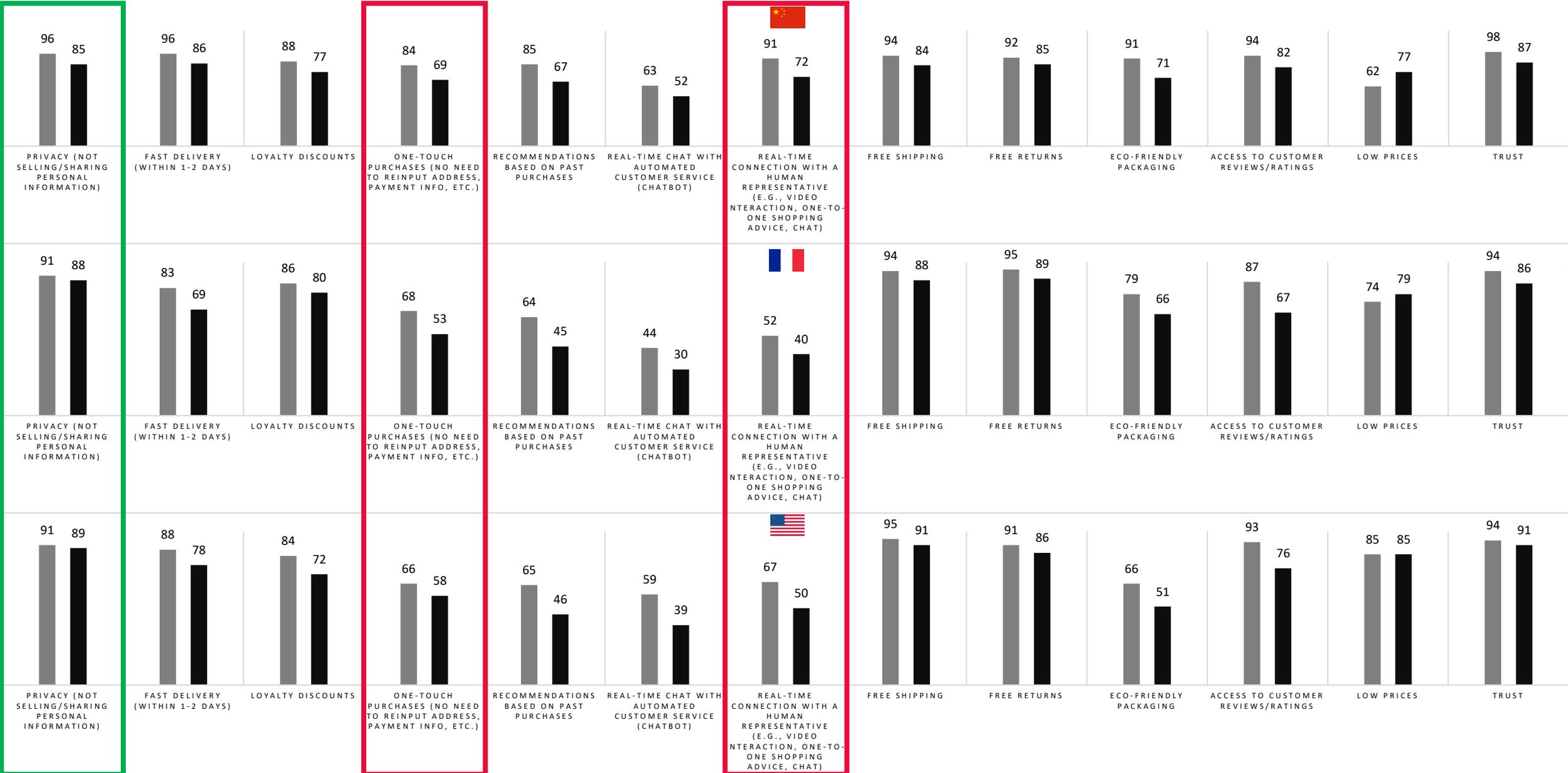
CADEAU PARFAIT

BIO

Et bien d'autres

IN EINER ZEIT NACH COVID-19, WIE WICHTIG IST DIE FOLGENDE EIGENSCHAFT EINER WEBSITE-/APP?

■ Prosumer ■ Non-Prosumer



1. DIE NEUEN REGELN DES E-COMMERCE

2. ZWECK JENSEITS VON KLICKS

3. AUF DER RICHTIGEN SEITE DER DATENGESCHICHTE STEHEN

4. VOM ORT DES KAUFES ZUM ORT DES SOZIALEN AUSTAUSCHS

**BEI E-COMMERCE
GEHT ES UM MEHR
ALS NUR DEN
ZUGANG**

58%
PROSUMERS

55%
MAINSTREAM

In Zukunft erwarte ich von Tech-Unternehmen wie Alibaba und Amazon: Produkte/Dienstleistungen, die negative Auswirkungen auf die Gesellschaft haben, zu verbieten.



58/47



53/43



45/63



56/54



68/62



64/63



PLANET



PEOPLE



PRODUCTS

NACHHALTIGKEIT VON ANFANG BIS ENDE

83%

PROSUMERS

70%

MAINSTREAM

In einer Zeit nach COVID-19, wie wichtig ist die folgende Eigenschaft einer Website/Anwendung?
Umweltfreundliche Verpackung.



79/66



66/51



91/71



71/67



85/77



95/87

51%

PROSUMERS

38%

MAINSTREAM

Die COVID-19-Krise hat meine Erwartungen an den Versand in folgender Weise verändert: Ich erwarte, dass meine Lieferungen umweltfreundlich und nachhaltig sind (z.B. lokale Lieferung, Lieferung mit dem Fahrrad).



48/34



28/19



52/52



35/26



57/36



69/61



PLANET



PEOPLE



PRODUCTS

KÜMMERE DICH UM DEINE MITMENSCHEN

51%
PROSUMERS

38%
MAINSTREAM

Die COVID-19-Krise hat meine Erwartungen an den Versand in folgender Weise verändert:
Ich erwarte, dass der Lieferant gut bezahlt wird.





PLANET



PEOPLE



PRODUCTS

RE-COMMERCE IST DIE ZUKUNFT VON E-COMMERCE

33%

PROSUMERS

Für mich ist die Zukunft des E-Commerce: Plattformen, die sich auf Secondhand-Produkte konzentrieren (Mode, Heimtextilien, Elektronik usw.).



52/37



35/28



13/31



36/28



30/30



43/44

33%

MAINSTREAM

2%

Mit einem Gesamtanteil von 2% im Mode- und Luxussektor, wird der weltweite Second-Hand-Markt in den nächsten fünf Jahren voraussichtlich um 15% bis 20% pro Jahr wachsen (Boston Consulting Group x Vestiaire Collective).

1. DIE NEUEN REGELN DES E-COMMERCE

2. ZWECK JENSEITS VON KLICKS

3. AUF DER RICHTIGEN SEITE DER DATENGESCHICHTE STEHEN

4. VOM ORT DES KAUFES ZUM ORT DES SOZIALEN AUSTAUSCHS

DATENSCHUTZ GEWINNT AN BEDEUTUNG

94%
PROSUMERS

89%
MAINSTREAM

In einer Zeit nach COVID-19, wie wichtig ist die folgende Eigenschaft einer Website/App? Datenschutz.



91/88



91/89



96/85



91/87



97/95



97/90

**DATENAUFKLÄRUNG
SOLLTE VER-
PFLICHTEND SEIN**

89%
PROSUMERS

78%
MAINSTREAM

Ich bin bei meinen Kindern sehr wachsam, dass
sie ihre Daten nicht im Internet preisgeben.



86/80



86/76



88/75



93/74



96/89



81/77

DER TAG DES JÜNGSTEN GERICHTS IST GEKOMMEN

76%

PROSUMERS

65%

MAINSTREAM

Ich bin bereit, Marken zu boykottieren, die zu sehr in meine persönlichen Daten eingreifen.



87/65



70/58



86/75



75/65



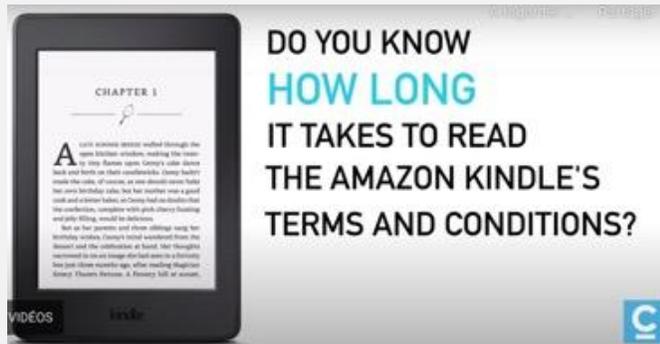
61/53



83/76



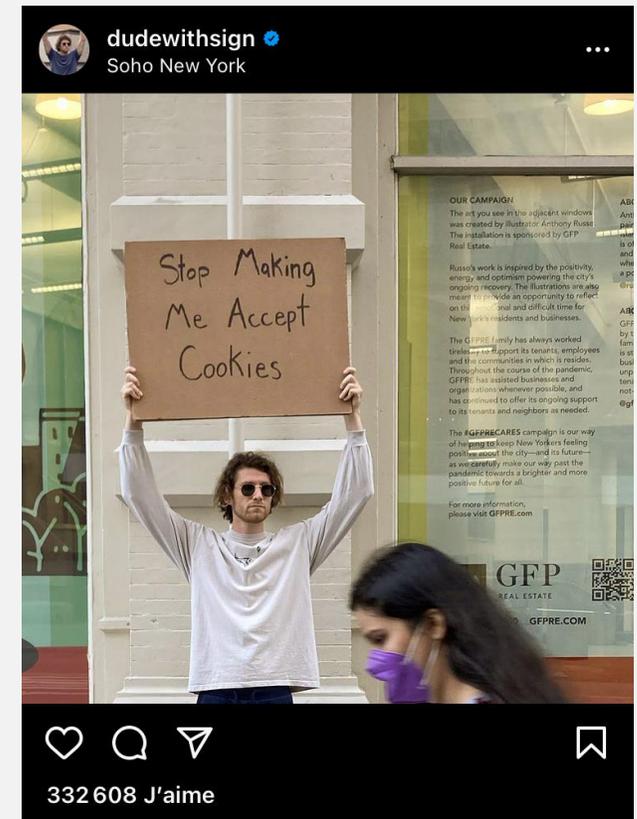
SORGENFREIE TRANSPARENZ IST EINE FRAGE DER UX



55%
PROSUMERS

43%
MAINSTREAM

Ich denke, dass die Maßnahmen zum Schutz der Verwendung meiner Online-Daten mein Surf-Verhalten im Internet beeinträchtigen.



**DER NEUE DATEN-
TRADE-OFF:
BESSERER KUNDEN-
SERVICE**

45%
PROSUMERS

33%
MAINSTREAM

Ich bin bereit, meine persönlichen Daten an Marken und Unternehmen weiterzugeben, wenn dies garantiert:
Ich erhalte einen besseren Kundenservice.



46/21



38/27



62/53



45/29



52/33



57/55

DER NEUE DATEN-TRADE-OFF: BEREIT, MENSCHEN FÜR IHRE DATEN ZU BEZAHLEN?

53%

PROSUMERS

43%

MAINSTREAM

Ich bin bereit, meine persönlichen Daten an Marken und Unternehmen weiterzugeben, wenn dies garantiert:
Ich werde finanziell entschädigt.



53/40



58/38



46/37



55/42



56/46



54/43

Facebook récolte depuis 2016 des données (très) personnelles sur des utilisateurs âgés de 13 à 35 ans. L'entreprise leur verse en échange une somme d'argent tous les mois.

Using Aetna's new app and personalized rewards program could pay for your Apple Watch

1. DIE NEUEN REGELN DES E-COMMERCE

2. ZWECK JENSEITS VON KLICKS

3. AUF DER RICHTIGEN SEITE DER DATENGESCHICHTE STEHEN

4. VOM ORT DES KAUFES ZUM ORT DES SOZIALEN AUSTAUSCHS

ZWEI MÖGLICHKEITEN



**E-COMMERCE
WIRD HUMAN**



**E-COMMERCE
WIRD SOZIAL**

ZWEI MÖGLICHKEITEN

I

**E-COMMERCE
WIRD HUMAN**

II

**E-COMMERCE
WIRD SOZIAL**

EINE MÖGLICHKEIT: " VERGEMEINSCHAFTEN" DES E-COMMERCE-ERLEBNISSES

51%

PROSUMERS

Ich denke, Marken könnten das E-Commerce-Erlebnis unterhaltsamer gestalten, indem sie: Menschen die Möglichkeit geben, gemeinsam einzukaufen (wie im richtigen Leben).

52%

PROSUMERS

Für mich ist die Zukunft des E-Commerce: Plattformen, die es den Käufern ermöglichen, miteinander zu interagieren.

37%

MAINSTREAM

33%

MAINSTREAM

Business

Comment Pinduoduo a dépassé Alibaba pour devenir la plateforme de e-commerce la plus populaire de Chine

«C'est très ludique, on voit le prix descendre au fur et à mesure que l'on constitue un groupe»

Le Journal du Dimanche

ZWEI MÖGLICHKEITEN



**E-COMMERCE
WIRD HUMAN**



**E-COMMERCE
WIRD SOZIAL**

BEREIT FÜR SOCIAL COMMERCE?

57%
PROSUMERS

31%
MAINSTREAM

Mit der Möglichkeit, direkt über Social Media einzukaufen: Macht das Erlebnis mehr Spaß.



31/14



41/19



77/55



38/13



65/36



66/51

ABER ES IST VOR ALLEM VON UNSERER BEZIEHUNG ZU INFLUENCERN ABHÄNGIG

60% | **37%**
PROSUMERS | MAINSTREAM

Ich entdecke und kaufe gerne neue Produkte von Influencern, denen ich folge.



38/16



47/31



71/59



51/23



68/32



70/65

**INFLUENCER
WURDEN ZU
„VERKAUFS-
AFFEN„**

73%
PROSUMERS

69%
MAINSTREAM

Ich finde, dass Influencer auf Social Media
zu "Verkaufsmaschinen" geworden sind.



79/79



79/58



56/66



79/64



80/75



69/70

SIE SOLLEN VERANTWORTUNG TRAGEN

84%

PROSUMERS

74%

MAINSTREAM

Ich möchte, dass Influencer für die Produkte/Dienstleistungen, die sie empfehlen, Verantwortung tragen.



78/68



81/69



94/86



84/71



81/69



83/80

91%

PROSUMERS

79%

MAINSTREAM

Das Einkaufen über Social Media sollte die gleiche Gewährleistung/Information bieten wie beim traditionellen E-Commerce.



82/71



86/72



95/83



90/76



96/89



91/84

MIT DIESEM GRUNDGEDANKEN HAT LIVE-SHOPPING EINE VIELVERSPRECHENDE ZUKUNFT

75%

PROSUMERS

Ich denke, Live-Shopping ist eine gute Möglichkeit, damit das E-Commerce-Erlebnis mehr Spaß macht und unterhaltsamer wird.

54%

MAINSTREAM

der E-Commerce Käufe in China werden über Live-Videos getätigt.

10%

GLOSSY



61/43



67/36



79/68



68/39



81/62



84/79



DAS IMPERIUM VERSUS DIE REBELLEN



DAS IMPERIUM

EINFACHER, BILLIGER UND SCHNELLER ZUGANG ZU ALLEM

EXPANSION IN ALLEN MÖGLICHEN KATEGORIEN

DATEN X PRODUKT X DIENSTLEISTUNG

**« ICH KENNE DEINE BEDÜRFNISSE
UND WERDE SIE ALLE ERFÜLLEN »**

**EIN ONE-STOP-
SHOP, DER
SICH STÄNDIG
WEITER-
ENTWICKELT**

70%
PROSUMERS

61%
MAINSTREAM

Für mich ist die Zukunft des E-Commerce: Große Plattformen, auf denen man schnell alles bekommt, was man benötigt (z. B. Amazon, AliExpress).



58/48



69/58



62/57



64/52



77/74



88/78

**DATEN
X
PRODUKT
X
SERVICE**

61%
PROSUMERS

39%
MAINSTREAM

Ich erwarte von meinem E-Commerce-Einkaufserlebnis:
Dass es mithilfe Personalisierung und künstlicher
Intelligenz auf meine Bedürfnisse zugeschnitten ist.



42/28



58/29



60/54



57/25



69/43



68/60

DIE REBELLEN

ALTERNATIVE VISION DER KATEGORIE

HYPER-SPEZIALISTEN

ENGAGEMENT X VERGNÜGEN X SEGMENTIERUNG

DIFFERENZIERUNG DER KUNDENERFAHRUNG



DENKE LOKAL

48%
PROSUMERS

41%
MAINSTREAM

Für mich ist die Zukunft des E-Commerce:
Websites, die für lokale Anbieter werben.



56/43



52/35



29/32



44/40



51/39



61/56

TIENDA CERCA VON AB INBEV



ÜBERDENKE SECOND-HAND

33%

PROSUMERS

33%

MAINSTREAM

Für mich ist die Zukunft des E-Commerce:
Plattformen, die sich auf Second-Hand-Produkte
(Mode, Heimtextilien, Elektronik usw.) konzentrieren.



52/37



35/28



13/31



36/28



30/30



43/44



BACK MARKET ET FRIENDS

MENSCH VOR ALGORITHMUS

76%
PROSUMERS

58%
MAINSTREAM

Wenn ich online einkaufe, bevorzuge ich es Produkt-empfehlungen von echten Menschen (z.B. Influencern, meinen Freunden) zu erhalten statt von einem Algorithmus.



60/48



76/51



77/67



75/47



83/61



78/78

A dramatic scene from Star Wars: The Force Awakens showing Kylo Ren on the left and Rey on the right. They are in a lightsaber duel, with their blades crossed in the center. The background is a dark, starry space. The text is overlaid on the scene.

DAS IMPERIUM VERSUS DIE REBELLEN

Was davon bist du?



DANKE