



Shoppen nach der Uhr: Mit Click & Meet hat der Handel ein vergiftetes Geschenk von der Ministerpräsidenten-Konferenz bekommen. Yougov und der Handelsverband Deutschland haben in einer Blitzumfrage die Akzeptanz bei Händlern und Verbrauchern erfragt.

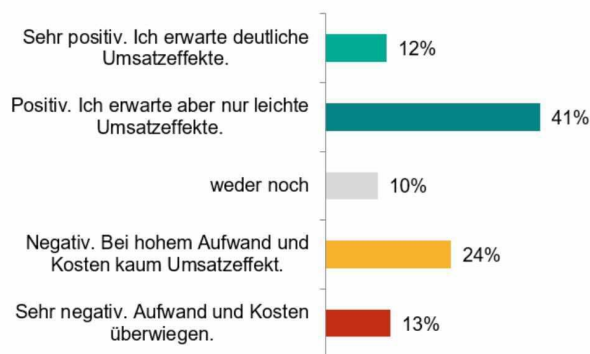
HAUPTSACHE EINKAUFEN oder SO LIEBER NICHT?

Das Einkaufen mit Terminvereinbarung finden Händler erwartungsgemäß nicht besonders gut. 37 Prozent der Befragten bewerten Click & Collect als negativ oder sehr negativ. Aber was sagen die Shopper? Den Meisten passt die Lösung gar nicht: 58 Prozent der Befragten wollen Einkauf mit Termin nicht durchführen, nur 36 Prozent äußern sich positiv.

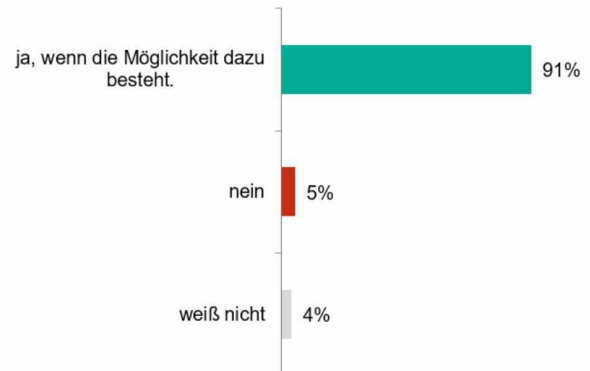
Handel will Termin-Shopping bieten Wirtschaftlichkeit von Click&Meet fraglich



Wie bewerten Sie die Möglichkeiten (sollten die Voraussetzungen dafür gegeben sein) Kunden nach Terminvereinbarung („Termin-Shopping“, „Click&Meet“) zu bedienen?



Werden Sie die Möglichkeit nutzen (sollten die Voraussetzungen dafür gegeben sein), Kunden nach Terminvereinbarung („Termin-Shopping“, „Click&Meet“) zu bedienen?



Quelle: HDE-Umfrage, n=1.133 (KW9)

Der Servicegedanke siegt

Obwohl sich 1/4 der befragten Händler geringe Umsatzeffekte von dieser Art des Geschäftsbetriebes verspricht, organisieren aber mehr als 90 % eine entsprechende Umsetzung. 13 Prozent schätzen Click & Meet mit Blick auf die Kostenstruktur als reines Verlustgeschäft ein.

Wir werden die Entwicklung weiter beobachten und sind gespannt auf die tatsächliche Entwicklung in dem Bereich.