



Drei Viertel (75 Prozent) der Millennials und mehr als die Hälfte (53 Prozent) der Gen X gehen zwar in Ladengeschäfte, die Produkte bestellen sie aber letztlich doch online. Dass Einzelhändler immer mehr Filialkunden an den Onlinehandel verlieren, ist vor allem auf ein mangelhaftes Bestandsmanagement und die daraus resultierenden Regallücken zurückzuführen. Das sind einige der Ergebnisse aus der aktuellen Studie von Zebra Technologies zum Einkaufen im stationären Handel.

Sowohl Kunden als auch Verkaufsmitarbeiter sind mit den häufig auftretenden Regallücken unzufrieden. 43 Prozent der Verkaufsmitarbeiter klagen über die hohe Anzahl an Kundenbeschwerden aufgrund von Regallücken, während 39 Prozent der Verbraucher schon einmal einen Laden ohne Einkauf verlassen haben, weil das gewünschte Produkt nicht vorrätig war.

Self Check-out setzt sich auch bei Shoppern durch

Selbstbedienungstechnologien fassen im Einzelhandel ebenfalls Fuß: So haben 40 Prozent der Kunden angegeben, dass sie diese Lösungen innerhalb der letzten sechs Monate genutzt haben, und 86 Prozent begrüßen diese Technologie.

Darüber hinaus sind sich die meisten Kunden (58 Prozent) – insbesondere Millennials (70 Prozent) – einig, dass Selbstbedienungskassen das Kundenerlebnis verbessern.

Die Mehrheit der Verkaufsmitarbeiter (54 Prozent) gab außerdem an, dass mit dieser neuen Technologie weniger personalbesetzte Kassenanlagen nötig sind. Fast neun von zehn Führungskräften im Einzelhandel (87 Prozent) glauben, dass Selbstbedienungskassen die Verkaufsmitarbeiter entlasten und ihnen so eine bessere Kundenbetreuung ermöglichen. 81 Prozent der Führungskräfte stellen hier laut eigener Aussage bereits einen Return on Investment fest.

Führungskräfte halten Kunden für zufriedener als sie sind

Wenn man Kunden zu weiteren Käufen animieren möchte, muss man ihnen ein besseres Kundenerlebnis bieten. Die Erwartungen von Führungskräften und Kunden gehen hier aber weit auseinander. So glauben 77 Prozent der Führungskräfte im Einzelhandel, dass Kunden mit dem Filialerlebnis zufrieden sind. In Wirklichkeit bewerten aber nur 57 Prozent der Kunden das Erlebnis beim Einkaufen im stationären Handel als zufriedenstellend.

Wie die Studie zeigt, gehen die Auffassungen auch auseinander, wenn es um Rückgabe- und Umtauschprozesse geht: Während nur 59 Prozent der Kunden ihre Zufriedenheit bekunden, glauben die Führungskräfte, dass 80 Prozent der Kunden zufrieden sind. Investitionen in Mobillösungen hingegen haben sowohl Führungskräfte (85 Prozent) als auch Verkaufsmitarbeiter (73 Prozent) davon überzeugt, dass die Ausstattung des Verkaufspersonals mit der neuesten Technologie zu einem besseren Kundenerlebnis beiträgt.

Auf die unterschiedlichen Sichtweisen hatten wir schon im Rahmen anderer Untersuchungen hingewiesen.

Roboter: Licht und Schatten

Einzelhändler versuchen auch, das Filialerlebnis durch den Einsatz von Robotern zu optimieren. Nur sieben Prozent der befragten Kunden haben innerhalb der letzten sechs Monate in einem Ladengeschäft mit einem Roboter interagiert, aber knapp drei Viertel (72 Prozent) gaben an, sie hätten nichts gegen die Interaktion mit Robotern einzuwenden. 32 Prozent der Verkaufsmitarbeiter hingegen äußerten Bedenken, sie könnten durch einen Roboter ersetzt werden.

Ergebnisse zum regionalen Einkaufen im stationären Handel

Europa und Naher Osten

Zwei Drittel (66 Prozent) der Kunden lobten die Möglichkeit, überall im Laden zahlen zu können.

Nur 14 Prozent der Kunden sind komplett davon überzeugt, dass die Händler ihre personenbezogenen Daten schützen.

Asien-Pazifik

Fast die Hälfte der befragten Kunden (49 Prozent) gab an, bevorzugt online einzukaufen, weil der Rückgabeprozess unkompliziert ist.

53 Prozent der Kunden nutzen ihr Mobilgerät bzw. die In-Store-App während ihres Einkaufs in einem Ladengeschäft.

Südamerika

71 Prozent der Kunden gaben an, dass Selbstbedienungskassen zu einem besseren Einkaufserlebnis beitragen, und 64 Prozent ziehen die Technologie einer personalbesetzten Kassenanlage vor.

Mehr als acht von zehn Kunden (83 Prozent) würden bis zu vier Tage auf die Lieferung

einer Onlinebestellung warten, wenn sie im Gegenzug einen Coupon oder Cashback erhalten.

Nordamerika

Nur sechs Prozent der Kunden sind komplett davon überzeugt, dass die Händler ihre personenbezogenen Daten schützen - das ist der niedrigste Wert im gesagten Vergleich. In Nordamerika gaben Kunden in Bezug auf Feiertageeinkäufe an, dass sie 58 Prozent ihres Feiertags-Budgets im stationären Handel ausgeben.

Über die Studie: Im Rahmen der 12. jährlichen Kundenstudie von Zebra befragte Qualtrics im Zeitraum von August bis September 2019 rund 4.811 Kunden, 1.100 Verkaufsmitarbeiter und 435 Führungskräfte aus dem Einzelhandel in Nordamerika, Südamerika, dem Asien-Pazifik-Raum, Europa und dem Nahen Osten.

Die Studienergebnisse (Englisch) können [hier kostenfrei heruntergeladen](#) werden.

Bildnachweis: Beitragsbild Stockfoto - GaudiLab/Shutterstock