



Zu jeder Tages- und Nachtzeit mit dem Smartphone im Laden vor Ort einchecken, sich per App über Produkte und Preise informieren und beim Verlassen des Geschäfts automatisch bezahlen - erste Supermärkte und Einzelhändler bieten auch in Deutschland bereits komplett digitale Einkaufserlebnisse. Wie sieht sie also aus, die Zukunft des POS?

Jeder zweite Händler (49 Prozent) und auch die Hälfte der Internetuser (50 Prozent) vermuten, dass im Jahr 2030 durch den Einsatz digitaler Lösungen viele Geschäfte durchgängig, also **24 Stunden am Tag an sieben Tagen in der Woche geöffnet** sein werden.

69 Prozent der Händler und 51 Prozent der Internetuser gehen davon aus, dass die Kassen schon bald aus den Läden verschwinden werden und das **Bezahlen** beim Verlassen eines Geschäfts automatisch ablaufen wird.

Neben erweiterten Öffnungszeiten und kassenlosen Verkaufsräumen wird auch ein Maximum an **Transparenz** erwartet: Herkunft, CO₂-Fußabdruck, Inhaltsstoffe und weitere relevante Produktinformationen sollen künftig direkt im Laden für die Kundschaft verfügbar sein - 72 Prozent der Händler und 69 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher gehen davon aus, dass dies bereits 2030 der Fall sein wird.

Dies zeigen zwei Befragungen, die im Auftrag des Digitalverbands Bitkom durchgeführt wurden. Zum einen wurden über 500 Handelsunternehmen aus dem Groß- und Einzelhandel, zum anderen mehr als 1.000 Internetnutzerinnen und -nutzer ab 16 Jahren in Deutschland befragt.

Menschen kaufen von Menschen

Persönliche Beratung soll es zumindest in Deutschland aber weiterhin geben. Immerhin ein Drittel sowohl auf Händler- (31 Prozent) wie auch auf Verbraucherseite (33 Prozent) geht aber davon aus, dass **digitale Verkaufsassistenten** und -berater im stationären Handel bis zum Jahr 2030 weit verbreitet sind und es kein Verkaufspersonal mehr geben wird.

An den verbreiteten Einsatz von **Verkaufsrobotern**, die die Kundschaft durch den Laden führen, glauben 26 Prozent der Händler und 29 Prozent der Internetnutzerinnen und -nutzer.

Auch am **Bargeld** scheiden sich die Geister. So sagen knapp 3 von 10 Händlern (28 Prozent), dass Bargeld im stationären Handel künftig vielerorts nicht mehr angenommen wird. Bei den Internetusern ist es fast die Hälfte (46 Prozent), die sich auf den Abschied von Scheinen und Münzen im Geschäft einstellt. 50 Prozent geben an, schon jetzt Zahlungen mit Bargeld so oft wie möglich zu vermeiden.

Lokal und digital

In Krisenzeiten hängen Verbraucherinnen und Verbraucher am stationären Handel. So kaufen 6 von 10 (60 Prozent) Internetnutzerinnen und -nutzern bewusst bei Einzelhändler*innen in ihrer **Nähe** ein, um ihnen in der Corona-Pandemie die Treue zu halten. Gleichwohl vermissen etwa genauso viele (61 Prozent) ein **Online-Angebot** der

Geschäfte in ihrer Region.

Immerhin stellen 35 Prozent fest, dass sich das Online-Angebot seit Ausbruch der Pandemie bereits deutlich verbessert hat. Dennoch erwarten die Menschen **neue Konzepte**. 8 von 10 (82 Prozent) Internetnutzerinnen und -nutzern sowie auch 7 von 10 (71 Prozent) Händlern der Meinung, dass sich der stationäre Handel in den Innenstädten neu erfinden muss.