



Mehr als 80 % der Entscheidungsträger denken, dass smarte Kassenslösungen, neueste Software für Mitarbeiter und vorausschauende Datenanalyse bis 2025 zu entscheidenden Technologien werden. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Ausgabe der 13. jährlichen Global Shopper Studie. Sie untersucht erneut die Einstellungen und das Verhalten von Kunden, Mitarbeitern und Führungskräften im Einzelhandel. Außerdem beleuchtet sie aktuelle Einzelhandel- und Technologietrends, die das Kaufverhalten von Kunden sowohl im Geschäft als auch online beeinflussen.

Die aktuelle Ausgabe der Shopper Studie zeigt, dass Kundinnen und Kunden ein nahtloses Einkaufserlebnis in Geschäften und Online-Shops erwarten. Online-Bestellungen haben stark zugenommen: Fast 60 Prozent der Befragten haben in den letzten drei Monaten etwas online bestellt. Grund hierfür ist die Verfügbarkeit der gewünschten Produkte.

Auch Retouren sind ein großes Thema: Mehr als ein Fünftel der Kunden geben einen online

gekauften Artikel wieder zurück - und 57 Prozent der Verkäufer geben an, dass diese Retouren eine erhebliche Herausforderung darstellen.

Auch ausverkaufte Ware ist nach wie vor eine Herausforderung: Für 41 Prozent der Kunden ist dies der Hauptgrund, ein Geschäft wieder zu verlassen, ohne etwas zu kaufen. Weitere Gründe sind lange Schlangen an der Kasse (32%) und die schwere Auffindbarkeit von gewünschten Produkten (31%) - dies ist ein deutlicher Anstieg gegenüber dem letzten Jahr.

Bestellungen mit mobilen Geräten nehmen zu

Kunden wünschen sich aktuell praktische und schnelle Einkaufserlebnisse - und dieses Bedürfnis hat laut Entscheidungsträgern und Mitarbeitern im Einzelhandel stark zugenommen. Während der Corona-Pandemie bestellen Kunden wesentlich häufiger online und nutzen verstärkt alternative Bezahlösungen. Diese starke Zunahme von mobilen Bestellungen mit Smartphones oder Tablets unterstützt das Social Distancing in Zeiten von Corona entsprechend der jeweils geltenden Bestimmungen.

72 Prozent aller befragten Kunden haben bereits mobil bestellt, und 82 Prozent der Kunden, die diese Möglichkeit genutzt haben, werden sie sehr wahrscheinlich auch weiterhin nutzen. Millennials (88%) und Angehörige der Generation X (79%) haben dabei am häufigsten mobil bestellt. Aber auch fast die Hälfte der Baby-Boomer (47%) macht davon Gebrauch, und 74 Prozent von ihnen werden diese Option wahrscheinlich auch in Zukunft nutzen. 64 Prozent der Kunden sind der Meinung, dass mehr Einzelhändler die Option zum mobilen Bestellen anbieten sollten. Der Erwartungsdruck auf der Seite des Handels ist sogar höher: 90% der Entscheidungsträger und 83% der Mitarbeiter in den Geschäften gehen davon aus, dass Kunden ein solches Angebot erwarten.

Smarte Kassenslösungen verbessern das Kundenerlebnis

Fast die Hälfte (47%) der befragten Kunden hat in den letzten sechs Monaten Self-Checkout-Lösungen genutzt, und mehr als sechs von zehn (63%) der Kunden finden, dass

solche Angebote ein verbessertes Kundenerlebnis ermöglichen. Während die Zustimmung bei den Millennials mit 73 Prozent am höchsten ist, haben 66 Prozent der Kunden aus der Generation X und 50 Prozent der Baby-Boomer im letzten Jahr ebenfalls ein besseres Einkaufserlebnis durch Self-Checkout-Lösungen erlebt.

Auch 86 Prozent der Entscheidungsträger und 71 Prozent der Mitarbeiter im Einzelhandel sind der Meinung, dass Selbstbedienungskassen das Kundenerlebnis verbessern. Und fast neun von zehn Entscheidungsträgern und mehr als sieben von zehn Mitarbeitern sind der Ansicht, dass Mitarbeiter durch Selbstbedienungskassen mehr Zeit für wichtigere Aufgaben und einen besseren Kundenservice haben. Gleichzeitig können mit Selbstbedienungskassen ihrer Meinung nach die Hygiene- und Sicherheitsvorschriften besser umgesetzt werden.

Sicherheit ist aktuell ein wichtiger Bestandteil des Einkaufserlebnisses

Vorsichts- und Sicherheitsmaßnahmen tragen dazu bei, das Vertrauen der Verbraucher und Mitarbeiter zu erhöhen. Aktuell gibt es eine sehr unterschiedliche Wahrnehmung beim Thema Vertrauen unter Entscheidungsträgern, Kunden und Mitarbeitern, wenn es um Gesundheit und Sicherheit geht. Während etwa 90 Prozent der Entscheidungsträger der Meinung sind, dass Kunden und Mitarbeiter ihnen bei der Umsetzung von Gesundheits- und Sicherheitsrichtlinien vertrauen, stimmen dem nur 65 Prozent der Kunden und 77 Prozent der Mitarbeiter zu.

Nahezu zwei Drittel (67%) der Kunden sind besorgt, ob die Hygienemaßnahmen ausreichen und ob der Sicherheitsabstand zu anderen Menschen in Geschäften gewahrt werden kann. 59 Prozent der Kunden bevorzugen Geschäfte mit kontaktlosen Zahlungsmöglichkeiten. Sieben von zehn Mitarbeitern denken, dass Apps, die beim Abstandhalten und bei der Kontaktverfolgung unterstützen, ein besseres Kundenerlebnis ermöglichen würden.

Relevante Ergebnisse in verschiedenen Regionen Europa und der Nahe Osten

Mehr als acht von zehn (83%) Entscheidungsträger geben an, dass die Pandemie ihre

Implementierungspläne für mobile Geräte und Lösungen beschleunigt hat. Damit liegen europäische Entscheidungsträger im internationalen Vergleich vorn.

Etwa drei Viertel (76%) der Kunden kaufen lieber bei Online-Händlern ein, die auch Geschäfte vor Ort haben.

Asiatisch-pazifischer Raum

Sieben von zehn Kunden (70%) bevorzugen die direkte Lieferung von Produkten, anstatt sie in einem Geschäft abzuholen.

65 Prozent der Kunden wollen beim Einkauf in Geschäften kontaktlos bezahlen.

Südamerika

87 Prozent der Kunden sind der Meinung, dass der Einsatz von Technologie Einzelhändlern dabei hilft, ein sicheres, komfortables und bequemes Einkaufserlebnis zu ermöglichen - dies ist im internationalen Vergleich die höchste Zustimmung.

Fast 90 Prozent der Kunden haben bereits mobil bestellt und beabsichtigen, dies auch weiterhin zu tun.

Nordamerika

72 Prozent der Einzelhandelsmitarbeiter ziehen es vor, festgelegte Aufgaben zu haben, anstatt erst Berichte für ihre tägliche Arbeit lesen zu müssen.

Mehr als drei von vier (77%) Entscheidungsträgern fühlen sich unter Druck, ihre Abläufe und Effizienz bei der Auftragsabwicklung zu verbessern, um mehr Lieferoptionen und verbesserte Lieferzeiten zu ermöglichen.

Methodik und Download

In der 13. jährlichen Global Shopper Studie von Zebra wurden etwa 4.175 Kunden, 577 Einzelhandelsmitarbeiter und 412 Führungskräfte im Einzelhandel in Nordamerika, Südamerika, Asien-Pazifik, Europa und dem Nahen Osten befragt. Die Befragung wurde im August und September 2020 von der Azure Knowledge Corporation durchgeführt