

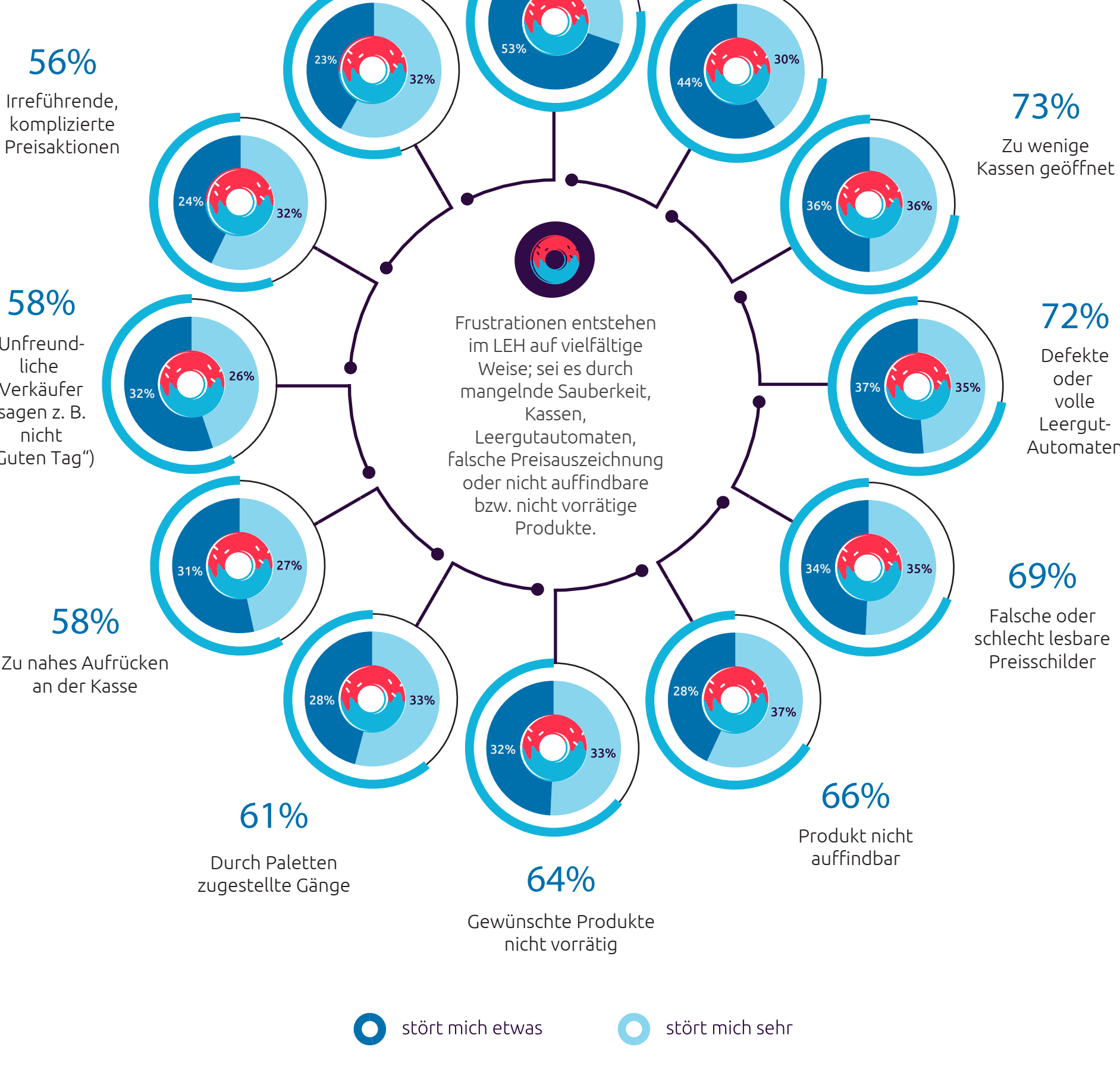
Retail of the Future –

Consumer Insights

Ausgabe Q1/2020: Einkaufsfrust!
Welche digitalen POS-Lösungen
machen das Einkaufen im LEH
nachhaltig angenehmer?

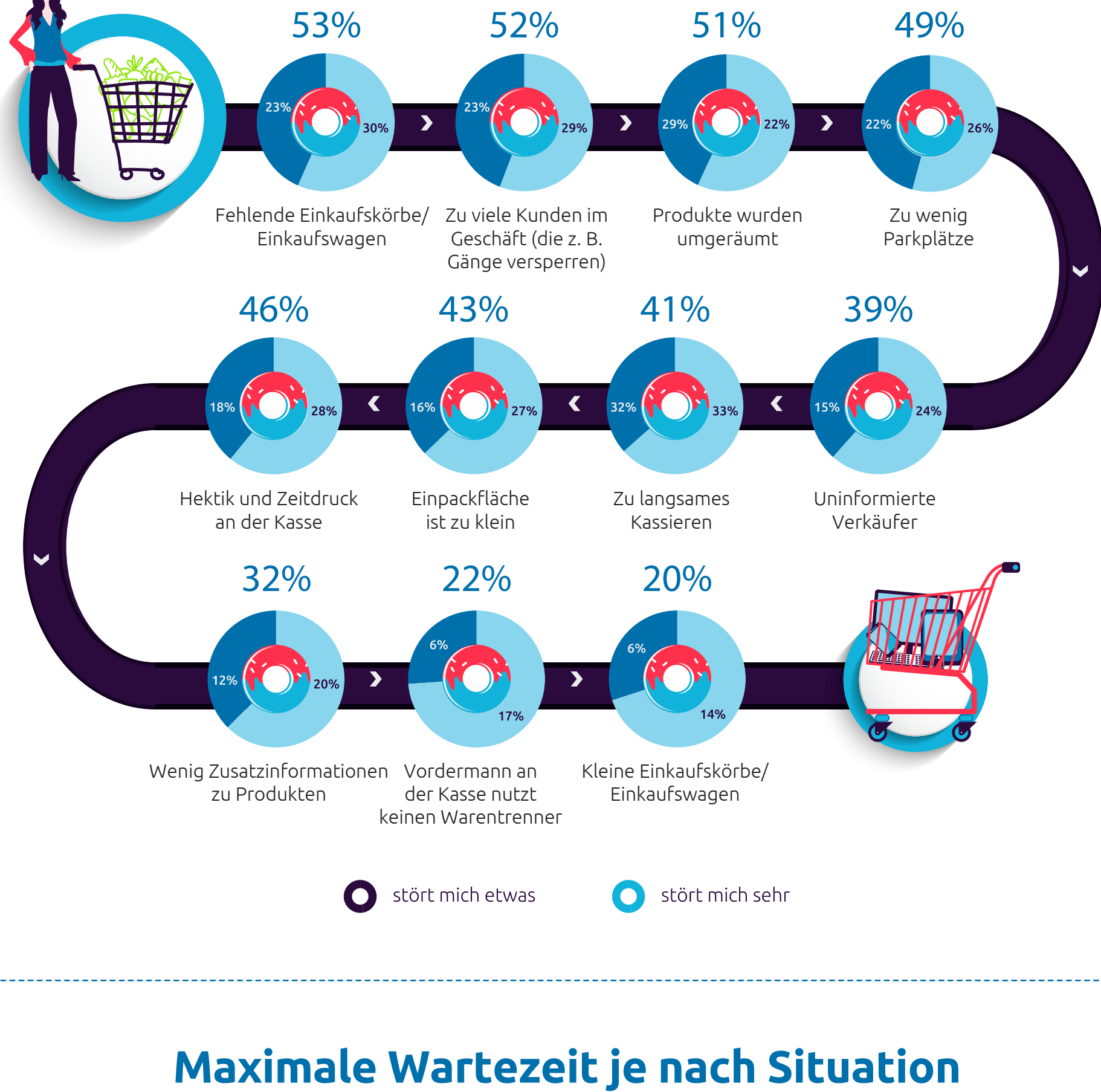


Frustrationspotenzial im Lebensmitteleinzelhandel



Frustrationspotenzial im Lebensmitteleinzelhandel

Gut die Hälfte der LEH-Kunden ärgern sich beim Einkaufen über fehlende Einkaufskörbe/Einkaufswagen, zu viele Kunden im Geschäft, umgeräumte Produkte, zu wenig Parkplätze sowie Hektik und Zeitdruck an der Kasse.



Maximale Wartezeit je nach Situation

Die Toleranz, an der Kasse zu warten, ist gering. Vor allem bei kleinen Einkäufen möchte fast die Hälfte der LEH-Kunden maximal 3 Minuten und kaum ein LEH-Kunde länger als 5 Minuten warten.

Maximale Wartezeit in Minuten (Median)



...bei einem Kauf von wenigen Artikeln



...wenn wenig los ist (z. B. mittags)



...bei einem großen Wocheneinkauf



...wenn viel los ist (z. B. samstagsmorgens)

Sind nicht bereit, länger zu warten als

45

89

40

85

7

38

7

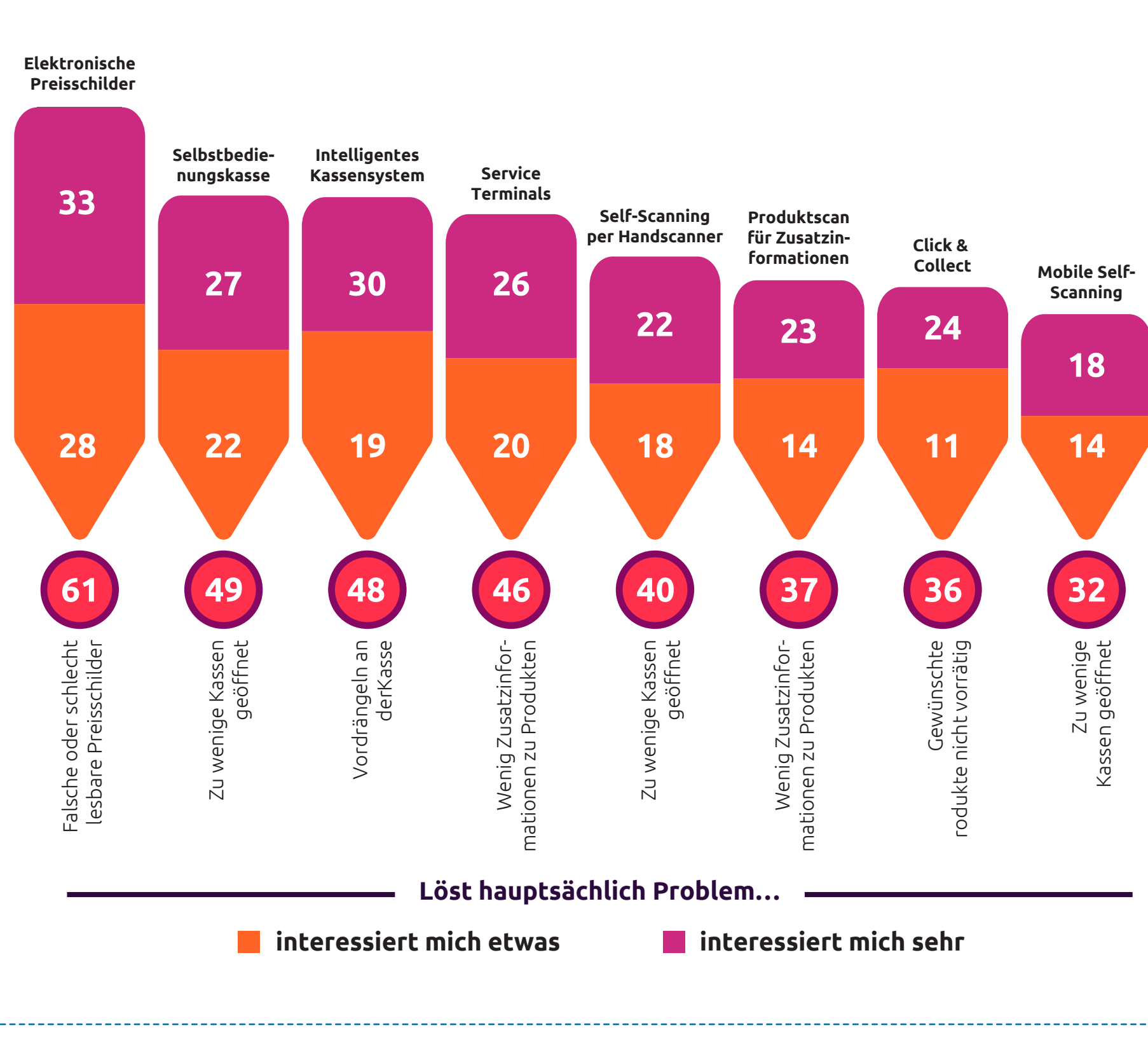
36

3 Minuten

5 Minuten

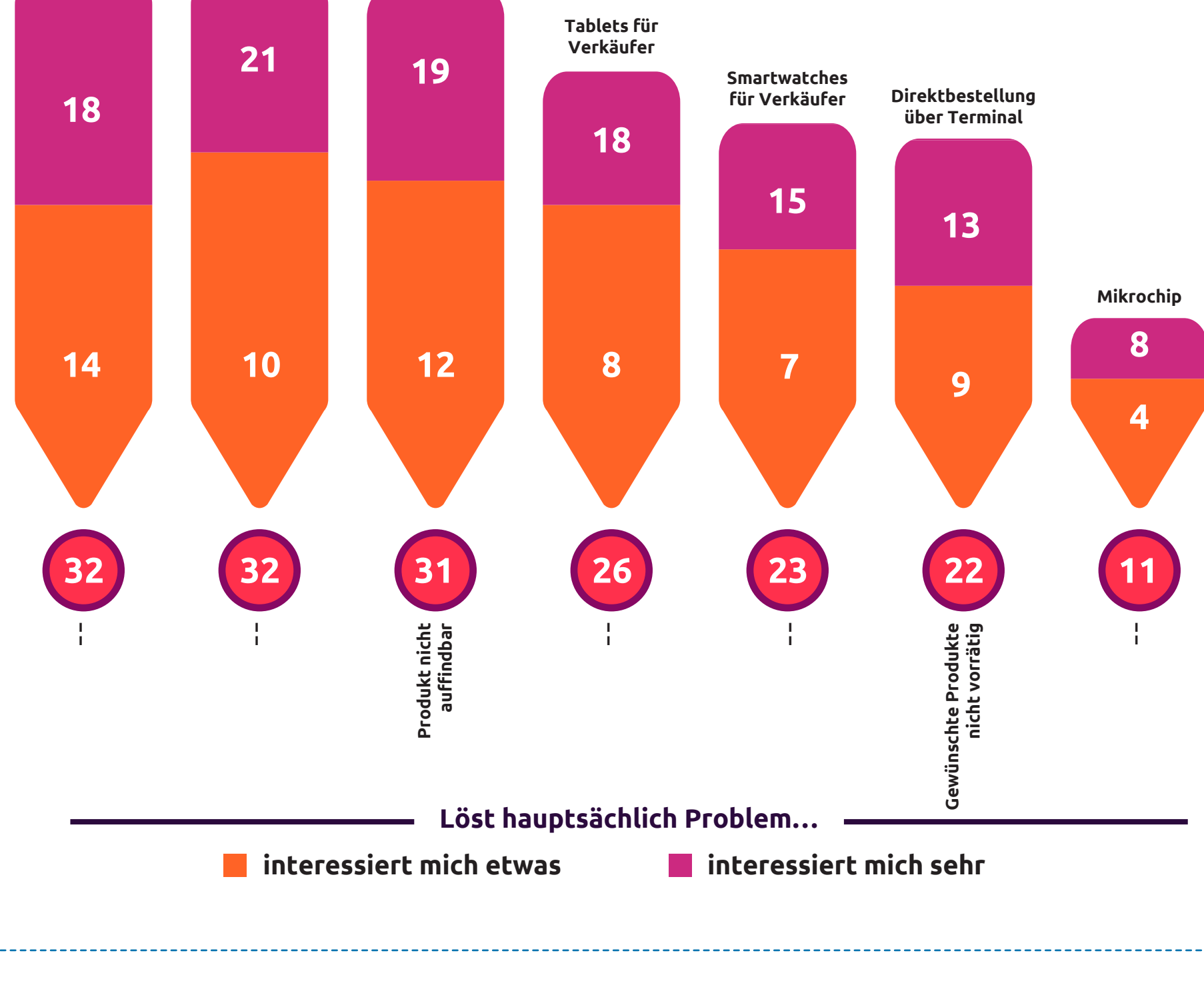
Interesse an digitalen POS-Lösungen (1/2)

Insbesondere diejenigen POS-Lösungen, die die Kunden-Pain-Points lösen, stoßen beim LEH-Kunden auf Interesse, z. B. elektronische Preisschilder, Selbstbedienungskassen oder intelligente Kassensysteme.



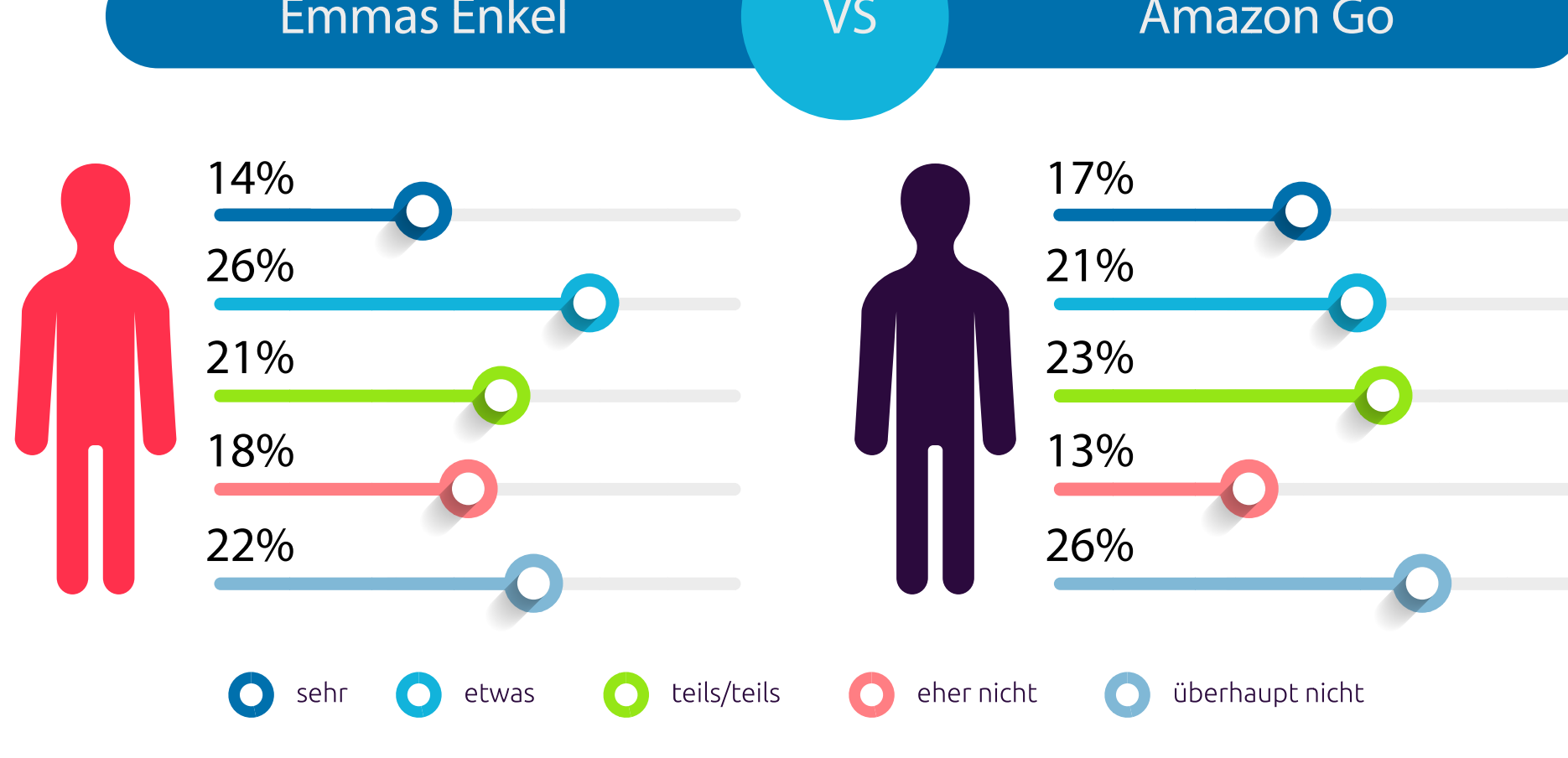
Interesse an digitalen POS-Lösungen (2/2)

Einige Lösungen bieten aus Sicht des LEH-Kunden wenig Mehrwerte, vor allem wenn es interne Prozesse des Händlers betrifft und weniger konkrete Pain Points des Kunden.



Gesamtbewertung Amazon Go und Emmas Enkel

Je rund vier von zehn LEH-Kunden finden die beiden Konzepte interessant, ähnlich viele Kunden lehnen die Konzepte ab. Amazon Go polarisiert dabei etwas mehr als Emmas Enkel.



Gesamtbewertung Amazon Go und Emmas Enkel – SMART NATIVES

Etwa zwei Drittel der Smart Natives finden sowohl Emmas Enkel als auch Amazon Go interessant. Insbesondere bei Emmas Enkel gibt es unter Smart Natives so gut wie keine Kritiker.

