

## Pressemitteilung

### **Kunden zeigen wachsendes Interesse an technologischen Dienstleistungen im Einzelhandel**

- Capterra hat untersucht, welche Tech-Trends im Einzelhandel bei Verbrauchern in Deutschland besonders gut ankommen
- Smartphone-Apps werden auch im physischen Handel immer relevanter
- Neue Technologien müssen auch beim Datenschutz überzeugen

**München, 23.03.2022** – Kassenloses Einkaufen, Selbstbedienungskassen, SMS-Marketing und Apps, die Kunden mithilfe von interaktiven Karten durch den Supermarkt führen, stoßen auf wachsendes Interesse bei Verbrauchern in Deutschland. Eine aktuelle Studie der Software-Vergleichsplattform Capterra informiert, welche Trends das Jahr 2022 bestimmen werden.

#### **Wichtige Erkenntnisse:**

- 78 % der in städtischen Gebieten lebenden Umfrageteilnehmer zeigen Interesse am kassenlosen Einkaufen.
- 74 % würden eine interaktive Karte auf ihrem Smartphone, die sie durch ein physisches Geschäft führt, nützlich finden.
- 59 % der Umfrageteilnehmer sind an Text-to-Shop-Einkäufen interessiert.

#### **Der kassenlose Supermarkt und Selbstbedienungskassen sind gefragt**

Von den 78 % der in städtischen oder vorstädtischen Gebieten lebenden Umfrageteilnehmer, die Interesse am kassenlosen Einkaufen zeigen, finden 80 % die kassenlose Technologie in Lebensmittelgeschäften am nützlichsten.

Die zwei Hauptbedenken bei kassenlosen Supermärkten sind aber:

- dass kein Personal verfügbar ist, das man um Hilfe bitten kann (55 %),
- und man nicht mit Bargeld bezahlen kann (38 %).

An den Selbstbedienungskassen können Kunden ihre Produkte eigenständig einscannen und am Automaten bezahlen (auch mit Bargeld). Mehr als ein Drittel (36 %) der Befragten nutzt bereits gelegentlich Selbstbedienungskassen, und 21 % nutzen sie immer, wenn es die Möglichkeit gibt.

Ines Bahr, Senior Content Analyst bei Capterra, rät daher: „Einzelhändler sollten darauf achten, dass Personal bereitsteht, das bei Schwierigkeiten oder Fehlfunktionen jederzeit unterstützend eingreifen kann.“

## **Das Smartphone als Shopping-Hilfe wird immer wichtiger**

Bei Text-to-Shop erhalten die Kunden Angebote und Deals per Textnachricht und können ihre Einkäufe tätigen, indem sie auf die SMS antworten. 59 % der Umfrageteilnehmer zeigen Interesse an Text-to-Shop-Einkäufen, wovon wiederum 57 % es nützlich finden, wenn ein Geschäft Produkte auf der Grundlage persönlicher Daten vorschlägt.

Drei von vier Befragten (74 %) würden eine interaktive Karte auf ihrem Smartphone, die sie durch ein physisches Geschäft führt, nützlich finden, während 60 % an Touchscreen Displays interessiert sind. Diese können Kunden mit Gangnummern und Artikelstandorten bei der Orientierung helfen und über Produkte informieren.

41 % nutzen bereits mindestens eine Smartphone-App, die ihnen bei der Produktauswahl in Lebensmittelgeschäften hilft. 37 % geben die Möglichkeit, eine vollständige Liste der Inhaltsstoffe eines Produkts zu lesen, als den nützlichsten Aspekt einer Einzelhandels-App an. 22 % halten Produktbewertungen von anderen Kunden für besonders hilfreich.

## **Bedenken hinsichtlich des Datenschutzes bei neuen Einzelhandelstechnologien**

Ines Bahr mahnt: „Verbraucher machen sich bei neu eingeführten Einzelhandelstechnologien natürlich Gedanken um den Datenschutz. Jeder Zweite ist besorgt, während des kassenlosen Einkaufens gehackt zu werden, bei der Nutzung von Text-to-Shopping-Technologie sind es 40 %. Für Unternehmen ist es daher enorm wichtig, in Cyber-Security-Software zu investieren. Diese kann die Sicherheit von Kundendaten gewährleisten und vor Hackerangriffen schützen. Weiterhin sollte die Datenverarbeitung transparent erfolgen – Einzelhändler dürfen hierbei nur Kundendaten auswerten, für eine Einwilligung des Kunden vorliegt.“

---

## **Methodik der Umfrage:**

Um die Daten für diesen Bericht zu sammeln, hat Capterra im Januar und Februar 2022 eine Online-Umfrage durchgeführt. Für die Teilnahme an der Umfrage haben sich 1097 Personen qualifiziert. Die Stichprobe der Teilnehmer ist repräsentativ für die Bevölkerung Deutschlands in Bezug auf Geschlecht und Alter. Die Kriterien für die Auswahl der Teilnehmer lauten wie folgt:

- Wohnsitz in Deutschland
- Über 18 Jahre alt
- Müssen mindestens einmal im Monat oder öfter Lebensmittel einkaufen
- Leben entweder in einem städtischen oder einem vorstädtischen Gebiet
- Besitzen ein Smartphone
- Müssen in der Lage sein, eines von drei möglichen Merkmalen des kassenlosen Einkaufs richtig zu benennen, nachdem sie eine Definition und ein Erklärvideo erhalten haben.



## Über Capterra

Capterra hilft Unternehmen weltweit, die richtige Software für ihre Anforderungen zu finden. 1999 gegründet, bietet Capterra mit seiner globalen Produktpräsenz, verifizierten Nutzerbewertungen, unabhängigen Testberichten und maßgeschneiderten Vergleichstools jeden Monat mehr als fünf Millionen Käufern Zuversicht bei der Softwareauswahl. Weitere Informationen unter <https://www.capterra.com.de>