

AUTOMATISIEREN IM EINZELHANDEL UND DER GASTRONOMIE: WAS SAGEN DIE KONSUMENTEN?

München, 27. März, 2024 - Im Einzelhandel wurden schon viele Aspekte der Customer Journey automatisiert, wie beispielsweise Selbstbedienungskassen oder Click & Collect. Doch was halten Verbraucher im Einzelhandel und in der Gastronomie von Automatisierungstechnologien?

Die Software Bewertungsplattform Capterra befragte 301 Verbraucher aus Deutschland dazu, welche Automatisierungen oder Innovationen sie bereits im Einzelhandel und der Gastronomie nutzen und wie sie das Kundenerlebnis beim Einkaufen beeinflussen. Die Umfrage war Teil einer Studie mit insgesamt 2112 Teilnehmern aus Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, USA, Kanada und Australien.

Schnell und Bequem: Das ist Konsumenten wichtig

Kunden wünschen sich ein reibungsloses Einkaufserlebnis und legen besonderen Wert darauf, Produkte zeitnah zu finden und schnell zu bezahlen. So erhoffen sich die Verbraucher vor allem Schnelligkeit (85 %) und Leichtigkeit (71 %) mit der Automatisierung des persönlichen Shopping-Erlebnisses.

Wenn es darum geht, Automatisierungstechnologien einzusetzen, die das Personal ersetzen, wurden Faktoren genannt, die das Einkaufserlebnis vereinfachen: das Bezahlen (82 %) und das Auffinden von Ladenartikeln (55 %).

Welche Faktoren das Einkaufserlebnis vor Ort verbessern würden



Quelle: Automatisierung im Einzelhandel 2024

Frage: Welche der folgenden Optionen würde Ihr Einkaufserlebnis persönlich vor Ort verbessern?

n: 301

Hinweis: Da mehrere Antwortmöglichkeiten zur Verfügung standen, übersteigt die Gesamtsumme 100%.

Mit einigen Automatisierungstechnologien sind die Teilnehmer gut vertraut und wollen sie auch weiter nutzen. Dazu gehören das kontaktlose Zahlen (86 %), Selbstbedienungskassen (80 %) und Click and Collect (51 %).

Andere Technologien wie z.B. kassenlose Geschäfte oder Augmented Reality haben sich noch nicht so stark durchgesetzt, jedoch ist das Interesse vorhanden:

46 % würden gern Geschäfte ohne Kassen oder Kassenpersonal ausprobieren, wo stattdessen KI-Technologien und Kameras eingesetzt werden.

41 % zeigen Interesse für Augmented Reality wie Smartphone-Filter für Kleidung, Möbel oder Kosmetik.

90 % hatten einen reibungslosen Ablauf mit Click & Collect

Lediglich 57 % haben bereits Click & Collect in Deutschland genutzt, wobei die meisten (51 %) es wieder nutzen würden. Bei der hybriden Kaufmethode werden Produkte online bestellt und persönlich im lokalen Geschäft abgeholt.

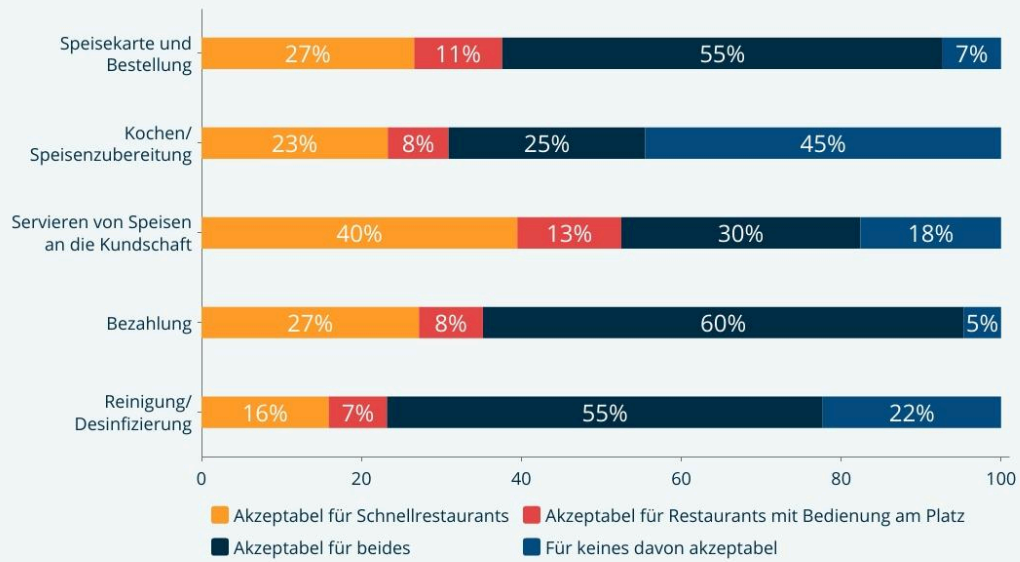
Die Deutschen nutzen es bisher weniger als alle anderen in dieser Studie befragten Länder. Dabei funktioniert das System sehr gut in Deutschland: 90 % der Nutzer gaben an, dass sie auf keine Probleme oder Verzögerungen gestoßen sind. In anderen Ländern wurden häufiger Probleme bei dieser Kaufmethode genannt.

Automatisierung in der Gastronomie

Beim Essen wird mehr Wert auf Kundenservice gelegt als beim Einkaufen. So geben 88 % an, dass Kundenservice in einem Restaurant sehr oder etwas wichtig ist (versus 57 % beim Einkaufen).

Trotzdem empfanden die Befragten die Automatisierung in Restaurants als weitgehend akzeptabel – sowohl in Schnellrestaurants als auch in Restaurants mit Bedienung am Platz. So würden fast zwei Drittel (62 %) Essen über ein KI-Tool wie z.B. ein Chatbot bestellen. Geht es jedoch um die eigentliche Zubereitung der Speisen, bevorzugen die meisten allerdings menschliche Köche.

Aufgaben, die von **Automatisierungstechnologien** anstelle von Menschen übernommen werden können



Quelle: Automatisierung im Einzelhandel 2024

Frage: Bei welchen der folgenden Dingen finden Sie es akzeptabel, wenn Schnellrestaurants und Restaurants mit Bedienung am Platz Automatisierungstechnologien anstelle von menschlichem Personal einsetzen?

n: 301

Hinweis: Aufgrund von Rundungen kann die Gesamtsumme von 100% abweichen.

Einige [Restaurantmanagement-Systeme](#) bieten Funktionen für die Automatisierung des Gastronomiebetriebes, von der Planung und Bestandskontrolle bis hin zur Buchhaltung und Berichterstattung.

Die Automatisierung des Kundenerlebnisses im Jahr 2024

KMU im Einzelhandel und im Gastgewerbe sollten darauf achten, das Kundenerlebnis so einfach und reibungslos wie möglich zu gestalten. *„Die Kunden sind im Allgemeinen froh, wenn Automatisierungstechnologie dabei eine Rolle spielt, und fühlen sich mit Self-Checkout, kontaktlosen Zahlungen und Click-and-Collect sowie mit anderen Methoden der Digitalisierung im Einzelhandel wohl. Marken, die das Kundenerlebnis durch Automatisierung verbessern wollen, sollten sich darüber im Klaren sein, dass Kunden immer noch den menschlichen Kontakt schätzen“*, kommentiert **Ines Bahr, Senior Content-Analystin von Capterra**.

Methodik

Die Capterra Umfrage zur Automatisierung im Einzelhandel 2024 wurde im Februar 2024 online unter 2.112 Befragten aus den USA (n=302), Kanada (n=305), Australien (n=302), Großbritannien (n=301), Frankreich (n=301), Deutschland (n=301) und Spanien (n=300) durchgeführt. Ziel der Studie war es, herauszufinden, wie Einzelhändler und Restaurants Kundenprobleme durch Automatisierung lösen können, um sicherzustellen, dass die Technologie das Kundenerlebnis effizienter macht. Die Befragten wurden nach ihren Erfahrungen mit Automatisierungstechnologien im Einzelhandel und in der Gastronomie befragt.

Über Capterra

Capterra ist die erste Adresse, um die richtige Unternehmenssoftware zu finden. Unsere Plattform umfasst mehr als 95.000 Lösungen aus 900 Softwarekategorien, bietet über 1,8 Millionen verifizierte Nutzerbewertungen – und hilft Unternehmen Zeit zu sparen, produktiver zu arbeiten und ihr Geschäft erfolgreich auszubauen.

Pressekontakt

Ina Schumann, GDMDDeutschlandMarketing@Gartner.com