



SB-Kassen zwischen Zeitersparnis und Image- Schreck

Das Do-it-yourself-Verfahren
funktioniert bei bestimmten Gruppen
– Einzelhändler müssen abwägen.

Seine Einkäufe selbst scannen, Einpacken und bezahlen – diese Form des Checkouts im Einzelhandel hat bereits mehr als jeder Zweite in Deutschland schon einmal genutzt. Eine flächendeckende Abschaffung herkömmlicher Kassen ist jedoch keine gute Idee, wie die aktuelle Studie des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstitut YouGov „Self-Checkout – Wie Sie mit dem Wissen über Potenzialgruppe und Skeptiker über die Einführung von SB-Kassen entscheiden“ beweist.

Der Faktor Zeit spielt bei Selbstbedienungskassen (SB-Kassen) eine wichtige Rolle: „Die Warteschlangen sind meist kürzer“ (62 Prozent), „Das Bezahlen geht schneller“ (35 Prozent) argumentieren die Nutzer. Das kann gerade in Ballungszentren mit vergleichsweise mehr kleineren Einkäufen ein klarer Vorteil sein. Zudem eignet sich der Einsatz besonders für Kunden mit einem Nettoeinkommen über 2.500 Euro aus der Altersgruppe 18 bis 44 Jahre, denn hier liegen die Quoten der SB-Nutzer bereits zwischen 60 und 70 Prozent.

Potenziale nutzen um Bezahlvorgänge und Warteschlangen zu optimieren

Der Report zeigt aber auch, dass die grundsätzliche Bereitschaft, zu diesen Kassen zu gehen, deutlich höher ist als der tatsächliche Anteil der Nutzer. „Hier liegt noch Potenzial brach, die Bezahlvorgänge und Warteschlangen zu optimieren“, sagt Markus Braun, Head of Business Unit Reports bei YouGov. Auf die Frage, was sie motivieren würde, SB-Kassen zu nutzen, antwortet fast jeder Zweite „eine größere Verbreitung in Geschäften“ sowie „einfach zu bedienende Systeme“. Eine „bessere Erklärung durch Mitarbeiter“ wäre hingegen nur für jeden Dritten ein Anreiz, die Selbstscanner-Kassen häufiger bzw. überhaupt zu nutzen.

Aber auch bei Befürwortern gibt es Bedenken. So kauft knapp jeder Vierte eher große Mengen, weshalb sich das Selbstscannen nicht lohnt und jedem Zehnten ist auch das Gespräch mit Verkäufern an der Kasse wichtig.

Skeptiker von SB-Kassen geben zu 74 Prozent an, am liebsten bar zu zahlen – gegenüber 60 Prozent der Befürworter. Der Studie zufolge ist der Anteil der Skeptiker vor allem bei Personen mit einem Nettoeinkommen von weniger als 1.000 Euro besonders hoch (53 Prozent). „Die Zweifler dürfen keinesfalls außer Acht gelassen werden“, betont Braun.

Deshalb sei es umso wichtiger, das Potenzial der Zielgruppe zu kennen und auszuloten, ob sich das System wirklich lohnt. Neben finanziellen Belastungen, können auch Image-Schäden drohen. Gerade Skeptiker seien anfällig dafür, die Einführung von SB-Kassen als Serviceminderung zu sehen, was das Einkaufserlebnis trübt und sich letztlich auch in den Umsätzen bemerkbar machen kann, betont Braun. „Eine Mischung, die alle Ansprüche von Konsumenten bedient, ist für viele Händler aktuell der richtige Weg.“

Für die Studie wurde auf die 100.000 Datenpunkte umfassende YouGov-Datenbank zugegriffen, für die im Jahresverlauf 70.000 Deutsche kontinuierlich repräsentativ befragt werden. Die intelligente Vernetzung der Daten ermöglicht eine besonders detaillierte Analyse des Konsumentenverhaltens. Kombiniert wurde die Analyse mit einer zusätzlichen bevölkerungsrepräsentativen Befragung von 2.058 Personen, die vom 08.06.2017 bis 16.06.2017 durchgeführt wurde. ♦

Der vollständige Report kann kostenfrei unter der Angabe von Kontaktdaten hier heruntergeladen werden: <http://yougov.de/reports/selfcheckout/>