

Medienmitteilung, 12. Oktober 2020

## HSG-Forschende untersuchen die Zukunft des kontaktlosen Einkaufens

*Viele neue Technologien machen das Einkaufen bequemer. Online-Shopping erspart den Weg zu Geschäften, Self-Checkout-Kassen verkürzen die Wartezeit in Läden. Vielleicht können wir in Zukunft ganz darauf verzichten, einkaufen zu gehen, weil unser Kühlschrank für uns die Bestellung automatisch abgibt. Aber möchten Konsumentinnen und Konsumenten in der Schweiz das überhaupt? Das Forschungszentrum für Handelsmanagement der Universität St. Gallen (IRM-HSG) ist dieser Frage nachgegangen und hat mit dem Innovationsdienstleister Zühlke eine Befragung durchgeführt. In einem [Brown Bag Webinar](#) am Dienstag, 13. Oktober 2020, ab 11.30 Uhr, stellt Studienleiter Prof. Dr. Thomas Rudolph die Ergebnisse vor und beantwortet Fragen.*

Die Studie stellt vier neue Einkaufsmethoden vor, die beschreiben, wie wir in Zukunft kontaktlos einkaufen könnten, und testet Kundenpräferenzen im Hinblick auf jede dieser Einkaufsmethoden. Das kontaktlose Einkaufen minimiert die soziale Interaktion zwischen Konsumenten und dem Service- und Verkaufspersonal. Im Extremfall können Konsumenten ohne jeglichen Kontakt zu anderen Menschen einkaufen – ein pragmatischer Ansatz in Zeiten der Pandemie. Viele Händler haben in jüngster Zeit kontaktlose Bezahlssysteme, Selbstservice-Kassen oder einen Online-Shop eingeführt, um das Einkaufen sicherer zu gestalten. Die Studie zeigt, welche neuen kontaktlosen Einkaufsmethoden sich, neben dem bereits etablierten Online-Shopping, durchsetzen könnten.

### **Covid-19 beschleunigt die Entwicklung des kontaktlosen Einkaufens**

Die Corona-Krise hat die Konsumenten zu einem Umdenken motiviert. Ein Fünftel der Befragten gab an, dass sie den Besuch im stationären Laden seit dem Ausbruch von Covid-19 vermeiden. 24% der Schweizer kauften vermehrt online ein. Sicherheitsvorkehrungen im stationären Handel wie die Beschränkung der Personenzahl, Abstandsregelungen und Maskenpflicht beeinträchtigen das Einkaufserlebnis. Der Wunsch und die Notwendigkeit, soziale Interaktion aus Sicherheitsgründen zu reduzieren, wird die Nachfrage nach kontaktlosen Einkaufsmöglichkeiten beschleunigen.

### **Konsumentinnen und Konsumenten möchten weiterhin stationär einkaufen**

Bereits in den Jahren vor Covid-19 hat die Digitalisierung dazu geführt, dass sich der Einkaufsort für viele Konsumenten verstärkt vom stationären Ladengeschäft in die eigenen vier Wände oder auf das Smartphone verlagerte. Die neue Studie zeigt jedoch, dass der stationäre Einkauf weiterhin von hoher Bedeutung sein wird. Die mit Abstand beliebteste kontaktlose Einkaufsmethode ist der voll automatisierte Selbstservice-Laden (32% möchten informiert werden, wenn diese Methode in ihrer Nähe verfügbar ist), bei dem der Kunde in einem stationären Ladengeschäft einfach alle Produkte in seinen Einkaufswagen legt. Sensoren erkennen den Wert des Warenkorbs und er kann, ohne an eine Kasse zu gehen, den Laden verlassen. Das wohl bekannteste Beispiel für einen solchen Laden ist aktuell *Amazon Go*.

### **Zeitersparnis steht beim Einkauf nicht im Vordergrund**

Die effizienteste kontaktlose Einkaufsmethode, die den Probanden vorgestellt wurden, ist das automatisierte Kaufsystem. Mit Hilfe automatisierter Einkaufssysteme delegieren Konsumentinnen und Konsumenten die Einkaufsentscheidung und -abwicklung an intelligente Haushaltsgeräte wie den Kühlschrank, die Waschmaschine oder den Kleiderschrank. Diese bestellen Produkte bei Bedarf

automatisch nach. Überraschenderweise ist dies auch die unbeliebteste der neuen Einkaufsmethoden: Nur 19% möchten informiert werden, wenn diese Methode in ihrer Nähe verfügbar ist.

### **Auch kontaktloses Einkaufen soll ein gutes Erlebnis sein**

Die Studie zeigt, dass Schweizer Konsumenten gerne einkaufen gehen (der Mittelwert für den Erlebniskauf liegt bei 4.7 von 7). Dies spiegelt auch das Interesse an den Einkaufsmethoden wider: Auf Platz 2 nach dem Selbstservice-Laden befindet sich der Virtuelle Laden (27% möchten informiert werden, wenn dieser verfügbar ist). Um das Geschäft zu betreten, nutzen Verbraucher eine Virtual-Reality-Brille, die sie von zu Hause aus in eine räumliche, gemauerte Ladenumgebung mit Erlebnischarakter versetzt.

Für die Studie wurden im Juni 2020 500 Erwachsene aus der deutschsprachigen Schweiz über einen Online-Panel-Anbieter zu ihrer Einstellung gegenüber vier neuen, kontaktlosen Einkaufsmethoden befragt. Die Umfrage wurde von Prof. Dr. Thomas Rudolph, Direktor des Forschungszentrums für Handelsmanagement (IRM-HSG), Dr. Severin Bischof, Dr. Marc Linzmajer, Nora Kralle und Elias Barth durchgeführt. Die Datenerhebung der Studie wurde durch den Innovationsdienstleister Zühlke unterstützt.

### **Anmeldung zum kostenlosen Webinar unter:**

[www.zuehlke.com/de/brown-bag-talk-die-zukunft-des-kontaktlosen-einkaufens](http://www.zuehlke.com/de/brown-bag-talk-die-zukunft-des-kontaktlosen-einkaufens)

### **Kontakt für inhaltliche Rückfragen:**

Prof. Dr. [Thomas Rudolph](mailto:thomas.rudolph@unisg.ch) und Nora Kralle

Forschungszentrum für Handelsmanagement an der Universität St.Gallen (IRM-HSG)

[handelsmanagement@unisg.ch](mailto:handelsmanagement@unisg.ch), +41 71 224 28 56, [www.irm.unisg.ch](http://www.irm.unisg.ch)

[www.handelsliteratur-hsg.ch/studien/](http://www.handelsliteratur-hsg.ch/studien/)