



Globale Kundenstudie 2023

Dem zeitgemäßen Mandat des Einzelhandels nachkommen

Neue Grundlagen für die Prioritäten von morgen



Der künftige Erfolg des Einzelhandels ist abhängig von der Integration von Technologien, der Bestandstransparenz, einer robusten Lieferkette und ökologischer Nachhaltigkeit. Durch die richtigen Tools und Schulungen unterstützte Mitarbeiter gestalten verbesserte Omni-Channel-Erlebnisse und gewährleisten die Anpassungsfähigkeit an die hohe Marktdynamik.

Erfahren Sie mehr über die strategischen Säulen, die den Einzelhandel prägen und die Branchenlandschaft neu gestalten.

Marktbeobachtung

Einzelhändler leiden unter den Nachbeben globaler Ereignisse und sozioökonomischer Spannungen. Zu den Herausforderungen zählen Lieferkettenunterbrechungen, die die Kosten in die Höhe getrieben und Bestandsverwaltungsprozesse komplizierter gemacht haben. Einzelhändler arbeiten daran, die Herausforderungen für die Rentabilität zu überwinden, wie etwa Warenschwund, Betrug und steigendes Retourenaufkommen. Allerdings stimmt die sich ändernde Verbraucherstimmung optimistisch. Im Vergleich zu letztem Jahr vertrauen Kunden stärker darauf, dass Einzelhändler ihre Daten schützen und das Personal bereitstellen können, um für erstklassigen Kundenservice zu sorgen.

Entscheidungsträger reagieren auf Gegenwind im Einzelhandel



85%

der Kunden geben wegen der Inflation weniger aus.



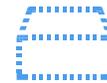
Globale Störfaktoren haben Lieferkettenprozesse in den Fokus gerückt.

Maßnahmen gegen erhebliche Herausforderungen



84%

Aufrechterhalten von Echtzeit-Transparenz in Bezug auf Bestandsmangel



82%

Verhindern von Betrug und Warenschwund



81%

Annehmen und Verwalten von Retouren aus Online-Bestellungen

Abgleichen von Rentabilität und Mitarbeitererwartungen

85%

der Einzelhändler finden es schwierig, Margen stabil zu halten und zugleich Erwartungen der Mitarbeiter in Bezug auf Löhne und Zusatzleistungen zu erfüllen.



Lebensmittelhändler

87%



Kaufhäuser

84%



Apotheken/
Drogerien

86%

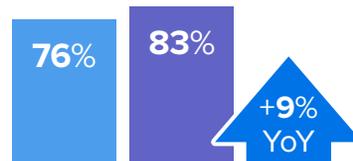


Gemischtwarenhändler

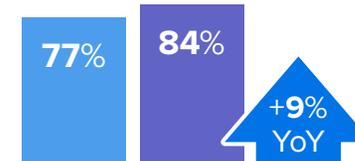
84%

Zunehmender Optimismus: Vertrauen in Einzelhändler so hoch wie nie zuvor

Anteil an Kunden, die Einzelhändlern vertrauen/eher vertrauen



Schutz von Kundendaten (Kreditkarten, Bankverbindungen, Standortdaten usw.)



Bereitstellung von ausreichend geschulten und ausgerüsteten Mitarbeitern, um Kunden zu helfen

2022

2023

Friskur für den Einzelhandel: Intelligente Bestandsverwaltungstechnologie steigert Kundenzufriedenheit

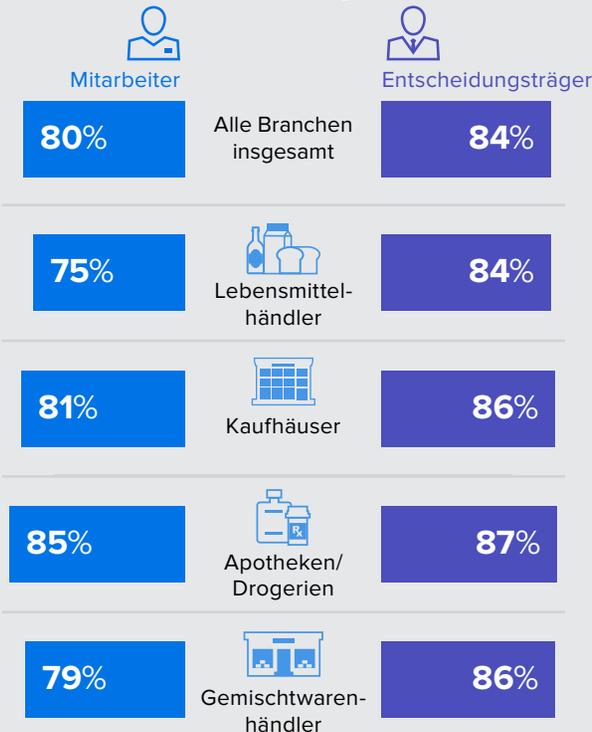
Als Reaktion auf ständige Lieferkettenunterbrechungen setzen Einzelhändler verstärkt auf innovative Lösungen zur Überwindung von Bestandshürden, um Kundenerwartungen besser erfüllen zu können. Im Vergleich zu früheren Studien verlassen weniger Kunden Geschäfte ohne die gewünschten Artikel, und insgesamt ist die Kundenzufriedenheit im Aufwind. Allerdings gibt es nach wie vor deutliche Bedenken bezüglich nicht vorrätiger Produkte, was weiterhin einer der Hauptgründe dafür ist, dass Kunden Geschäfte ohne die gewünschten Artikel verlassen.

Einzelhändler sind sich der Herausforderung bewusst, für Echtzeit-Transparenz in Bezug auf Bestandsmangel sorgen zu müssen, und Entscheidungsträger arbeiten proaktiv an der Absicherung ihrer Lieferkettentechnologien. Kurz- und langfristig will eine wachsende Zahl von Entscheidungsträgern in Upgrades ihrer Lieferkettensysteme investieren, um von Echtzeit-Bestandsverfolgung, Retourenmanagement und fortschrittlicher Analyse zu profitieren.



Transparenzlücke: Einzelhändler stellen sich ständigen Bestandsmangel-Herausforderungen

Echtzeit-Transparenz in Bezug auf Bestandsmängel ist eine große Herausforderung für Entscheidungsträger und Mitarbeiter. (% Zustimmung)



Entscheidungsträger investieren in Upgrades ihrer Lieferkettentechnologien

Anteil an Entscheidungsträgern, die in den nächsten 5 Jahren die Bereitstellung planen



Laute Rufe nach fortschrittlichen Tools zur Bewältigung von Bestandsproblemen

Mein Unternehmen braucht bessere Bestandsverwaltungstools zur Verbesserung von Genauigkeit und Verfügbarkeit.

(% Zustimmung)



Der Weg in die Zukunft: Aufwertung von Kundenbindung und Omni-Channel-Expertise

Im dynamischen Einzelhandel sind Kundenerwartungen entscheidend für Zukunftstrends. Im Jahr 2024 nehmen Entscheidungsträger Kundenbindung und Einkaufserlebnis in den Fokus und konzentrieren sich zugleich auf die Feinjustierung der Bestandsverwaltung und die Optimierung der Omni-Channel-Bestellabwicklung.

Dass Verbraucher verstärkt innovative Technologien und unterschiedliche Einkaufsmethoden nutzen, unterstreicht ihren Wunsch nach Komfort und persönlicher Interaktion. Dieser Trend zwingt Einzelhändler dazu, ihre Abwicklungsstrategien zu verbessern und weitere Omni-Channel-Möglichkeiten nahtlos zu integrieren. Um diesen Wechsel zu ermöglichen und anspruchsvolle Omni-Channel-Kunden zu begeistern, erweitern viele Entscheidungsträger filialinterne Merkmale, prädiktive Nachfrageanalysen, Rückführlogistik und mobile Arbeitsstationen.



Einzelhändler priorisieren Lieferoptionen und Effizienz

(Anteil an Entscheidungsträgern, die hohe Prioritäten nennen)

84%



bieten unterschiedliche Lieferoptionen und -geschwindigkeiten

78%



senken die Kosten von Online-Bestellungen

74%



verwalten Online-Retouren effizienter

73%



steigern die Effizienz bei der Abwicklung von Online-Bestellungen

Entscheidungsträger erwägen Technologie zur Abwicklungsoptimierung

(Anteil an Entscheidungsträgern, die eine Implementierung innerhalb von fünf Jahren planen)

72%

Mobile/Hybrid-Stationen für Abholung/Rückgabe

68%

Rückführlogistik

64%

Nachfrageprognosen

61%

Filialen, die an Lager oder direkt an Kunden liefern können

55%

Filialen, die Produkte an andere Filialen liefern können

47%

Filialen, die Online-Bestellungen abwickeln können

Digitale Warenkörbe: Online-Aktivitäten von Kunden

(Kunden in den letzten drei Monaten)

54%

haben Artikel zur Lieferung bestellt.

31%

haben Artikel zur Abholung in der Filiale bestellt.

29%

haben Artikel zur Abholung bei der Warenausgabe oder an einem anderen Standort bestellt.

27%

haben online gekaufte Artikel zurückgegeben oder umgetauscht.

Auf der Suche nach Rentabilität

Einzelhändler stehen unter hohem Druck, den Umsatz steigern zu müssen, obwohl die gesamte Branche unter Inflation, Personalmangel und Warenschwund leidet. Entscheidungsträger setzen zunehmend auf digitale Lösungen, um diese Klippen zu umschiffen. Predictive Analytics und Tools zur Bestandsnachfrage-Prognose sind ihre erste Anlaufstelle, denn sie helfen ihnen, mit der Kundennachfrage Schritt zu halten und Verluste durch nicht verkaufte Lagerbestände zu minimieren. Die Verlustprävention steht derzeit ebenfalls stark im Fokus für Entscheidungsträger, die den digitalen Wandel nutzen, um Sicherheit zu erhöhen, Assets zu schützen und das Kundenvertrauen zu festigen. Digitalisierung ist nicht nur ein Trend, sondern im modernen Einzelhandel ein Muss.



Für Einzelhändler ist die Investition in digitale Datenintelligenz und -analyse nahezu unausweichlich

(Anteil an Entscheidungsträgern, die eine Implementierung innerhalb von fünf Jahren planen)

Optimale Entscheidungsfindung in jedem Bereich

66% Personalmanagement

62% Nachfrageplanung/Bestandsauffüllung

56% Filialabläufe

55% Merchandising

51% Verlustprävention

50% Lieferkette

Stellen der Weichen für Business Intelligence

67% Digitale Zwillinge

66% Prescriptive Analytics

64% Kontextualisierte Echtzeit-Preisgestaltung

59% Bestandsnachfrage-Prognosen

55% Warenkorbanalysen

KI transformiert den Einzelhandel: Innovation, Effizienz und Personalisierung an der Spitze

Entscheidungsträger stimmen zu, dass künstliche Intelligenz Betriebsabläufe im Einzelhandel verbessern wird.

85%

Alle Branchen insgesamt

81%

Lebensmittelhändler

87%

Kaufhäuser

79%

Apotheken/Drogerien

90%

Gemischtwarenhändler

KI-Einführung bei Preisgestaltung und Planung auf Höchststand

(Anteil an Entscheidungsträgern, die eine Implementierung innerhalb von fünf Jahren planen)

73%

KI für Nachfrageplanung/Bestandsauffüllung

69%

KI für Preisgestaltung und Sortimentsentscheidungen

Neue Regeln im Einzelhandel: Innovation, Personalisierung und Digitalisierung – oder Anschluss verlieren

Der Innovationsmotor läuft auf vollen Touren, sodass sich neue Erfolgsmöglichkeiten für den Einzelhandel ergeben haben. Kundenzentriertheit bildet einen Grundpfeiler mit dem Schwerpunkt auf der Bereitstellung von personalisierten Erlebnissen und erstklassigem Kundenservice, die selbst die anspruchsvollsten Kunden von heute zufriedenstellen. Der digitale Wandel ist keine Option mehr, sondern eine Notwendigkeit. Anhand von datengestützten Erkenntnissen können Einzelhändler fundierte Entscheidungen treffen und sich rasch auf dynamische Marktbedingungen einstellen. Dadurch sind sie in der Lage, ihre Bilanz aufzubessern, vor allem angesichts des aufgrund der Inflation geänderten Verbraucherverhaltens. Einzelhändler müssen diese neuen Grundlagen akzeptieren, um in einer stark umkämpften Branche bestehen und zugleich agil und flexibel auf die hohe Marktdynamik reagieren zu können.

Über die Studie

Zebra Technologies gab eine globale Marktforschungsumfrage unter erwachsenen Kunden (18 Jahre und älter), Entscheidungsträgern und Mitarbeitern in Auftrag, um die Trends und Technologien zur Transformation des Einzelhandels zu ermitteln. Bei der diesjährigen Studie, die Azure Knowledge Corporation online durchführte, wurden mehr als 4.200 Personen zu Themen wie Einkaufserlebnis, Nutzung von Geräten und Technologie sowie Lieferung und Abwicklung in Filialen und online befragt. Die globale Kundenstudie 2023 von Zebra deckt Einstellungen, Meinungen und Erwartungen auf, die die Zukunft der Branche prägen. Die Umfragereihe konzentriert sich auf drei Hauptthemen:



Über den Warenkorb hinaus
Was Kunden wirklich vom Einkaufserlebnis erwarten



Einzelhandelserlebnisse aufwerten
So schaffen Mitarbeiter wertvolle Interaktionen mit Kunden



Dem zeitgemäßen Mandat des Einzelhandels nachkommen
Neue Grundlagen für die Prioritäten von morgen

Hier finden Sie alles zur globalen Kundenstudie 2023: zebra.com/shopperstudy

Über Zebra Technologies

Zebra (NASDAQ: ZBRA) ermöglicht es Unternehmen im Einzelhandel und ihren Partnern, in der bedarfsorientierten Wirtschaft erfolgreich zu sein. Die Lösungen von Zebra sorgen dafür, dass alle Mitarbeiter und Assets im Edge-Bereich sichtbar, vernetzt und vollständig optimiert sind. Dank einem Netzwerk von mehr als 10.000 Partnern in über 100 Ländern kann Zebra Kunden jeder Größe – darunter 94 % der Fortune-100-Unternehmen – mit einem vielfach ausgezeichneten Portfolio an Hardware, Software, Services und Lösungen zur Digitalisierung und Automatisierung von Arbeitsabläufen unterstützen.

Finden Sie heraus, wie Zebra Einzelhändlern zu mehr Rentabilität verhelfen kann und zugleich Kunden- und Mitarbeitererlebnis aufwertet. Besuchen Sie zebra.com/retail.



Zentrale Nordamerika und Unternehmenszentrale
+1 800 423 0442
inquiry4@zebra.com

Zentrale Asien-Pazifik
+65 6858 0722
contact.apac@zebra.com

Zentrale EMEA
zebra.com/locations
contact.emea@zebra.com

Zentrale Lateinamerika
zebra.com/locations
la.contactme@zebra.com

ZEBRA und der stilisierte Zebra-Kopf sind Marken von Zebra Technologies Corp., die in vielen Ländern weltweit eingetragen sind. Alle anderen Marken sind im Besitz der jeweiligen Eigentümer. © 2023 Zebra Technologies Corp. oder verbundene Unternehmen.