



17. jährliche globale Kundenstudie

Die Gebote des Einzelhandels

Erfolg in einer Welt
endloser Auswahl

Zusammenfassung

Erkenntnisse von Kunden, Mitarbeitern und Entscheidungsträgern im Einzelhandel decken die Strategien auf, die Einkaufserlebnisse aufwerten, Gewinne steigern und Mitarbeitern helfen, im dynamischen Einzelhandel von heute erfolgreich zu sein.



Aufwertung des Einzelhandels in einer vernetzten Welt

Verbraucher sind zunehmend vernetzt, und Einzelhändler finden immer neue Möglichkeiten, ihre steigenden Erwartungen zu erfüllen. Kunden erwarten ein nahtloses, personalisiertes Einkaufserlebnis – online und im Geschäft. Damit dies gelingt, müssen die Grundvoraussetzungen stimmen: Verfügbarkeit der richtigen Produkte zum richtigen Zeitpunkt, Optimierung jeder Interaktion und Mitarbeiter, die eindrucksvolle Kundenerlebnisse schaffen.



Kunden erwarten nahtlosen, personalisierten Service über alle Vertriebskanäle hinweg

Service-Optimierung ist entscheidend

70%

Es ist schwierig, in der Filiale Unterstützung zu erhalten.

75%

Wenn dem Einzelhändler die Vorlieben der Kunden bekannt sind, folgen diese eher den Empfehlungen der Mitarbeiter.

78%

Kunden stört es, wenn Produkte in Vitrinen weggesperrt sind.

Omni-Channel ist die neue Norm

78%

bevorzugen eine Kombination aus Ladengeschäft und Online-Shopping.

78% ↑ +3pp YoY

bevorzugen Online-Einzelhändler, die auch über Ladengeschäfte verfügen.

82%

bevorzugen Einzelhändler, die einfache Retouren anbieten.



Mitarbeiter wünschen sich die richtigen Tools und Anerkennung

Mitarbeiter brauchen Stressbewältigung und Wertschätzung bei der Arbeit

83%

haben Mühe mit der Priorisierung von Aufgaben aufgrund der zahlreichen Pflichten und konkurrierenden Prioritäten.

79%

fühlen sich gestresst wegen der wachsenden Komplexität der täglichen Aufgaben.

87% ↑ +3pp YoY

fühlen sich wertgeschätzt, wenn sie vom Arbeitgeber mit Technologie ausgestattet werden.

Mitarbeiter bevorzugen Technologie zur Aufgabenausführung

85%

bevorzugen die Verwaltung des Einsatzplans über ein Mobilgerät/eine App.

85% ↑ +6pp YoY

bevorzugen automatisch zugewiesene Aufgaben zur Tagesplanung.

86% ↑ +7pp YoY

bevorzugen die Zusammenarbeit mit ihrem Team über ein Mobilgerät/eine App.



Entscheidungsträger stehen unter Gewinndruck und planen für Automatisierung

Der Schutz der Gewinnspannen ist eine Herausforderung

83%

Minimierung von Betrug/Warenschwund ist eine große Herausforderung.

78% ↑ +6pp YoY

stehen unter hohem Druck, Diebstahl und Verlust zu minimieren.

82%

Stabilisierung von Margen bei gleichzeitiger Erfüllung der Erwartungen von Mitarbeitern in Bezug auf Löhne und Zusatzleistungen ist schwierig.

Automatisierung ist die Zukunft

85%

Unternehmen braucht bessere Bestandsverwaltungstools zur Verbesserung von Genauigkeit und Verfügbarkeit.

86% ↑ +16pp seit 2020

Verstärkte Nutzung von Automatisierung und Robotik würde Personallücken ausgleichen.

76%

planen, verstärkt in Bestandstransparenz zu investieren.

Zufriedenheit garantiert

Reibungslose, personalisierte Einkaufserlebnisse

Einzelhandelskunden von heute sind anspruchsvoll und wissen, wie sich Inflation und mangelnder Komfort auf das Einkaufserlebnis auswirken. Deshalb sind die Erwartungen so hoch wie nie zuvor, und Einzelhändler müssen mehr Aufwand treiben, um sie zu erfüllen. Für Kunden sind Online-Shops keine Alternative mehr zum stationären Handel, sondern sie erwarten ein nahtloses Erlebnis über alle Kanäle hinweg. Trotzdem ist die Zufriedenheit im Jahresvergleich zurückgegangen, wobei es merkliche Veränderungen im stationären und Online-Handel gab. Aufgrund dieser Realität müssen Einzelhändler sich verstärkt auf die Grundlagen konzentrieren, Reibungspunkte beseitigen und ein nahtloses, überzeugendes Erlebnis über alle Vertriebskanäle hinweg schaffen.

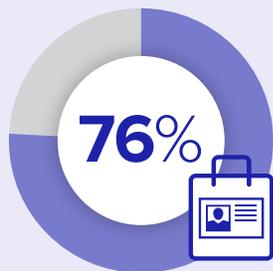
Ein Mangel an präziser Echtzeit-Bestandstransparenz verärgert Kunden und irritiert Mitarbeiter, was verpasste Verkaufschancen nach sich zieht. Heutzutage kommen Kunden umfassend informiert ins Geschäft und erwarten, dass Mitarbeiter sie mit kompetentem Wissen und individueller Betreuung über reine Transaktionen hinaus unterstützen. Drei Viertel der Kunden sind davon überzeugt, dass Einzelhändler, die ihre Vorlieben verstehen, ihnen ein personalisiertes Einkaufserlebnis bieten können, und das unterstreicht die große Bedeutung von maßgeschneiderter Kundeninteraktion.

Einzelhändler, die wettbewerbsfähig bleiben wollen, müssen das Angebot ihrer Mitbewerber überbieten, indem sie für schnelle Abwicklung sowie für mühelosen Umtausch und Retouren sorgen und sicherstellen, dass ausreichend Mitarbeiter für die Kundenbetreuung verfügbar sind. Achtundsiebzig Prozent der Kunden stört es, wenn die von ihnen gewünschten Produkte in Vitrinen weggesperrt sind, und darunter leidet das Einkaufserlebnis. Wenn Technologie genutzt wird, um Mitarbeiter zu unterstützen und Echtzeit-Daten bereitzustellen, kann die Kundenbindung gefestigt und das Markenvertrauen untermauert werden.

Rückgang der Kundenzufriedenheit im Jahresvergleich



Kunden erwarten generationsübergreifend personalisierte Einkaufserlebnisse



der Kunden erwarten ein einzigartiges und individuelles Einkaufserlebnis, wenn Einzelhändler ihre persönlichen Daten und Interessen kennen.

Nach Generation:



Hauptfaktoren für Kundenzufriedenheit

- | In Filiale | 1 | Online |
|---|---|---|
| Einfaches Finden von Produkten | 1 | Einfaches Finden von Produkten |
| Klare Preisauszeichnung | 2 | Klare Preisauszeichnung |
| Verfügbarkeit von Gutscheinen und Preisnachlässen | 3 | Verfügbarkeit von digitalen Gutscheinen und Preisnachlässen |
| Produktangebot und -auswahl | 4 | Verfügbarkeit von Online-Hilfe/Kundenservice |
| Verfügbarkeit von Mitarbeitern | 5 | Verfügbarkeit von Artikeln |

Schutz von Gewinnen

Mehr Bestandstransparenz und erweiterte Schwundprävention

Der Schutz von Gewinnen ist für Einzelhändler zunehmend herausfordernd, da Verluste aufgrund von Diebstahl, Betrug, häufigeren Retouren und unverkäuflichen Produkten die Rentabilität erodieren. 52 % der Entscheidungsträger beklagten steigende Verlustraten in den letzten zwölf Monaten. Leider sind diese Rentabilitätshindernisse inzwischen zu einem unvermeidlichen Bestandteil der Geschäftskosten geworden. Deshalb brauchen Einzelhändler unbedingt die erforderliche Datenintelligenz, um Warenschwund genauer vorherzusagen und zugleich dessen Auswirkungen sowohl auf die Rentabilität als auch auf das Einkaufserlebnis zu minimieren. Umfassende Strategien zur Integration von Echtzeit-Datenüberwachung und fortschrittlicher Analyse helfen dabei, Schwachstellen zu identifizieren, Trends zu prognostizieren und verdächtige Aktivitäten zu erkennen.

Die Folgen dieser Bedrohungen gehen über Gewinne hinaus und sind auch für die Angestellten spürbar. Filialmitarbeiter werden verstärkt mit Diebstahl und Gewalt konfrontiert, und sie haben den Eindruck, dass Technologie fehlt, um solche Vorfälle zu vermeiden. Auch Kunden fürchten, dass mehr Diebstähle die Preise der Produkte in die Höhe treiben könnten. Angesichts der wachsenden Sorgen bei Mitarbeitern und Kunden überdenken viele Einzelhändler ihre Sicherheitskonzepte.

Für Entscheidungsträger im Einzelhandel sind generative KI, präskriptive Analyse und RFID zentrale Technologien zur Reduzierung der Verlustraten. Diese Tools helfen dabei, Diebstahlmuster zu identifizieren, Präventivmaßnahmen zu empfehlen und die Bestandstransparenz zu verbessern, um dadurch Effizienz und Rentabilität zu steigern.

Immer mehr Warenschwund

52% 

der Entscheidungsträger beklagen einen Anstieg der Verlustraten im Einzelhandel in den letzten zwölf Monaten.

Steigende Kriminalität schürt Bedenken bei Mitarbeitern

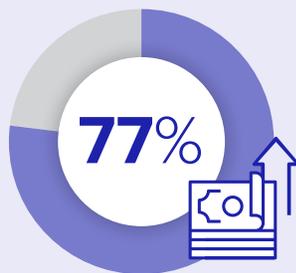
84% 

der Mitarbeiter sind wegen Zunahme von Diebstahl und Kriminalität in Filialen um die eigene Sicherheit besorgt.

84% 

der Mitarbeiter beklagen einen Mangel an Technologie, um Sicherheitsbedrohungen oder kriminelle Aktivitäten aufzudecken.

Kunden fürchten Preisanstieg



der Kunden fürchten, dass Einzelhändler Preise anheben, um die Verluste durch steigende Diebstahl- und Kriminalitätsraten auszugleichen.

Nach Region:

Asien-Pazifik	Europa	Lateinamerika	Nordamerika
68%	73%	80%	85%

Bestmögliche Verlustprävention

Entscheidungsträger setzen auf Technologie zur Senkung der Verlustraten

-  Generative KI
-  Präskriptive Analyse
-  Kameras und Scanner für SB-Kassen
-  Videoüberwachung
-  RFID-Tags und Lesegeräte

Arbeit der Zukunft

Unterstützung von Mitarbeitern für eine intelligentere, effizientere Zusammenarbeit

Mitarbeiter und Entscheidungsträger sind sich einig, dass mehr Mitarbeiter für die Kundenbetreuung in Filialen erforderlich sind.

Mitarbeiter



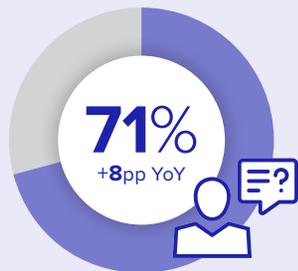
Entscheidungsträger



In einem zunehmend dynamischen Arbeitsmarkt kämpfen Einzelhändler mit einer hohen Mitarbeiterfluktuation und ausufernden Kosten für Anwerbung, Einarbeitung, Umschulung und Bindung von Fachkräften, was Betriebsabläufe strapaziert. Die zeitaufwendige Suche nach neuem Personal, ein erhöhter Schulungsaufwand und die schwierige Anwerbung von saisonalen Zeitarbeitern stellen ernsthafte Probleme dar. 85 % der Mitarbeiter und 81 % der Entscheidungsträger stimmen zu, dass ihre Filialen mehr Mitarbeiter für die Kundenbetreuung brauchen. Kommunikationslücken erschweren es, Informationen an die richtigen Personen weiterzuleiten und die Erledigung von wichtigen Aufgaben zu bestätigen.

Viele Einzelhändler setzen zur Bewältigung von Personalherausforderungen auf Technologie und Mobilgeräte, um ihre Belegschaft besser unterstützen zu können. Diese Strategie trägt offensichtlich dazu bei, Fachkräfte anzusprechen und zu binden: 85 % der Mitarbeiter und Entscheidungsträger stimmen zu, dass Technologie für mehr Stabilität in der Belegschaft sorgt. Gut ausgestattete Teams können Kundenerwartungen besser erfüllen – ein entscheidender Vorteil angesichts der Tatsache, dass sich 71 % der Verbraucher an der mangelhaften Betreuung in Filialen stören. Einzelhändler, die spezifische Aufgaben zuweisen und für einen einfachen Zugriff auf Informationen sorgen, helfen Mitarbeitern, sich auf Prioritäten zu konzentrieren, und sie fördern Arbeitsmoral und Effizienz. Diese Technologielösungen sind unverzichtbar für eine motivierte und kompetente Belegschaft in einem hart umkämpften Arbeitsmarkt.

Kunden beklagen Mangel an Betreuung



der Kunden klagen über eine mangelhafte Unterstützung durch Mitarbeiter.

Nach Generation:

Gen Z (18+)	Millennials	Gen X	Babyboomer
72%	69%	68%	76%

Anwerbung und Einarbeitung fordern Einzelhändler heraus

Anwerbung und Einarbeitung qualifizierter Mitarbeiter im Einzelhandel bleiben problematisch.

- Dauer bis zum Besetzen einer Position
- Einarbeitung dauert zu lange
- Suche nach Zeitarbeitern für saisonale Spitzen
- Anwerbung von Fachkräften



Technologie stärkt die Mitarbeiterbindung



Filialen, in denen Technologie und Mobilgeräte eingesetzt werden, sind für Mitarbeiter attraktiver.



Erreichen betrieblicher Erstklassigkeit

Der Schlüssel zu beispielloser Kundenzufriedenheit

Kunden erwarten heutzutage einen nahtlosen Mix aus physischen und digitalen Einkaufserlebnissen, in denen jede Interaktion vernetzt und mühelos erfolgt. In den letzten fünf Jahren hat der Einzelhandel nie da gewesene Umbrüche erlebt, durch die sich Kundenerwartungen radikal verändert haben. Einzelhändler, die in dieser dynamischen Situation erfolgreich sein wollen, müssen sich auf strategische Investitionen in kundenorientierte Technologie, Mitarbeiterunterstützung und Bestandsverwaltungssysteme einlassen. Nur dann können sie die Nachfrage erfüllen und zugleich ihre Gewinne schützen.

Durch die Unterstützung von Mitarbeitern mit fortschrittlichen Technologien werden Betriebsabläufe optimiert, und die Bestandstransparenz wird verbessert, was einen herausragenden Kundenservice ermöglicht. Einzelhändler, die operative Erstklassigkeit priorisieren und ihre Teams so ausstatten, dass sie modernen Herausforderungen gewachsen sind, werden die Kundenbindung nachhaltig festigen und in einem Markt Erfolg haben, in dem Komfort, Geschwindigkeit und Personalisierung zählen.

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 17. jährliche globale Kundenstudie von Zebra deckt Einstellungen, Meinungen und Erwartungen auf, die die Zukunft der Branche prägen. Die Umfragereihe konzentriert sich auf drei Hauptthemen:



Erwartungen übertreffen
Schaffung von reibungslosen Kundenerlebnissen



Rentabilität fördern
Die größten Herausforderungen im Einzelhandel bewältigen



Erstklassigkeit realisieren
Das Potenzial motivierter Mitarbeiter

Hier finden Sie alles zur 17. jährlichen globalen Kundenstudie: zebra.com/shopperstudy

So kann Zebra Einzelhändlern helfen, das Kundenerlebnis zu verbessern,
Omni-Channel-Abläufe zu optimieren und Gewinne zu schützen: 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. © 2024 Zebra Technologies Corp. oder verbundene Unternehmen.

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.