

PRESSEMITTEILUNG

PAYMENTSTUDIE: KASSENZONEN IM UMBRUCH

ECC Paymentstudie Vol. 26 untersucht Potenzial von alternativen Kassenzonen. Ergebnis: Sowohl Handel als auch Konsument:innen sind offen für die Neugestaltung der Kassenzone. Schnelligkeit, Convenience und Einfachheit überzeugen.

Köln, 20. Oktober 2022 – Der Boom des kontaktlosen Bezahls führt zur Neuerfindung deutscher Kassenzonen. Während bisher insbesondere große Lebensmitteleinzelhandelsketten fast schon standardmäßig Self-Check-out-Kassen betreiben, steht laut aktueller „ECC Paymentstudie Vol. 26“ auch branchenübergreifend rund jeder zweite Händler alternativen Kassenzonen offen gegenüber. Und auch kassenlose Konzepte mittels Kameras und Sensoren, RFID-Chip-Technologie oder in Form von mobilen Kassen sind für durchschnittlich jeden dritten befragten Händler interessant. Welche Vorteile alternative Kassenzonen dem Handel bieten und wie sie von den Konsument:innen in Deutschland angenommen werden, zeigen die Studienergebnisse des ECC KÖLN.

Self-Check-out-Kassen bringen großes Potenzial mit sich

40 Prozent der befragten Händler können sich vorstellen, ein alternatives Kassenzonenkonzept in ihrem Laden einzuführen. Weitere 21 Prozent stecken bereits in konkreten Planungen. Dabei setzen sie insbesondere auf Self-Check-out (44 %) oder mobile Kassen (43 %). Damit wird den Bedürfnissen der Kund:innen Rechnung getragen: Fast drei Viertel der Konsument:innen (71 %) haben schon einmal an einer Self-Check-out-Kasse bezahlt und der Großteil (40 %) ist der Meinung, dass sich dieses Konzept auch in Zukunft am ehesten durchsetzen wird.

Alternative Kassenzonenkonzepte für Konsument:innen lediglich Ergänzung

Konsument:innen sind offen für alternative Kassenzonenkonzepte und bereit, ihre gewohnten Prozesse aufzugeben. Insbesondere für schnelle Einkäufe von Snacks und Getränken, aber auch beim Wocheneinkauf, können Kassenzonenalternativen relevant sein. Denn die Vorteile liegen aus Konsumentensicht auf der Hand: Sie machen das Einkaufenschneller (55 %), aber auch bequemer (13 %) und einfacher (11 %). Und trotzdem: Die Mehrheit der Konsument:innen (82 %) sieht alternative Kassenzonenkonzepte lediglich als Ergänzung und nicht als vollwertige Alternative zu traditionellen Kassen.

„Die Perspektive der Konsument:innen macht deutlich: Es überzeugt das Kassenzonenkonzept, das dauerhaft weniger Wartezeit und schnelle Einkäufe bietet. Mindestens genauso wichtig – insbesondere beim großen Wocheneinkauf – ist jedoch der Aspekt der Bequemlichkeit. Kassenlose Geschäfte ermöglichen sowohl ein schnelles als auch convenientes Einkaufenschneller und haben damit in unseren Augen ein enormes Zukunftspotenzial“, so Mailin Schmelter, stellvertretende Bereichsleitung am ECC KÖLN, zu den Ergebnissen der Studie.

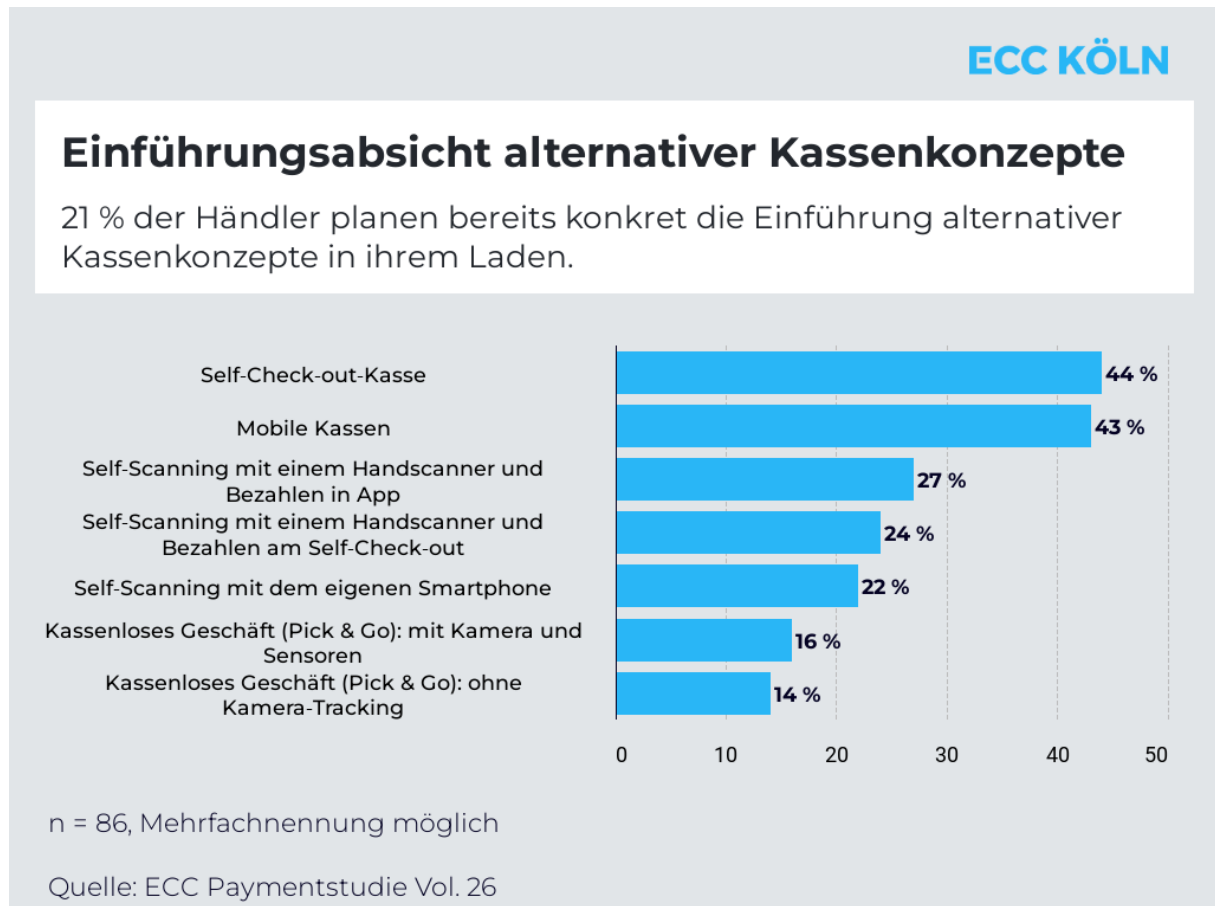
Handel zeigt sich zukunftsweisend

Im Gegensatz zu den Konsument:innen kann sich jeder dritte Händler (33 %) vorstellen, seine klassische Kasse durch ein alternatives Konzept vollständig zu ersetzen. Die Beweggründe sind dabei

nicht nur finanzieller Natur – 49 Prozent rechnen mit Kosteneinsparungen aufgrund von weniger Personal –, sondern auch kundenorientiert. So stimmt rund jeder zweite Händler zu, dass Alternativen zur herkömmlichen Kasse den Check-out-Prozess schneller und angenehmer für Kund:innen machen (53 %) sowie zu einer maßgeblichen Verbesserung des Kundenerlebnisses führen (46 %).

Wörter der Meldung: 425

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.326



Die Grafik kann zur journalistischen Weiterverwendung [hier](#) heruntergeladen werden.

Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.

Über die Studie

Für die „ECC Paymentstudie Vol. 26“ hat das ECC KÖLN in Zusammenarbeit mit Prof. Dr. Malte Krüger 2.000 deutsche Konsument:innen (Smartphonebesitzer:innen, internetrepräsentativ nach Alter und Geschlecht) im Januar 2022 befragt. Darüber hinaus wurde zeitgleich eine Umfrage unter 241 überwiegend kleinen und mittelständischen Händlern mit einem Jahresumsatz unter 10 Millionen Euro durchgeführt.

Die ECC Paymentstudie untersucht bereits zum 26. Mal Angebot und Nachfrage von Zahlungsverfahren und legt in der diesjährigen Deep-Dive-Studie den Fokus auf die Rolle des Smartphones (online und stationär).

Die ECC Paymentstudie wurde unterstützt von folgenden Unternehmen: Klarna, PayPal, VR Payment GmbH, Unzer GmbH und Lowell Financial Services GmbH. Als Medienpartner unterstützt darüber hinaus iXtenso die Studie.

Die komplette Studie ist im [IFH Shop](#) verfügbar.

Über das ECC KÖLN

Als Tochtermarke des IFH KÖLN ist das ECC KÖLN erster Ansprechpartner für Knowhow-Transfer in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigen Market und Customer Insights sowie individuellen erfolgs- und businessrelevanten Impulsen, Events und Trainings. Mit dem ECC CLUB (www.ecc-club.de) bietet das ECC KÖLN eine einzigartige Community- und Networkingplattform für Entscheider:innen im E-Commerce.

Expertise, Channels, Community – Dafür steht das ECC KÖLN.

Mehr unter: www.ecckoeln.de