

Frankfurt am Main, 10.11.2020

## Der Shop der Zukunft hat keine Kasse: Studie von VR Payment und EHI Retail Institute zeigt Digitalisierungspotenziale am stationären Point of Sale

- Repräsentative Studie beleuchtet Erwartungen von Konsumenten und Filialisten an den Check-out im stationären Handel
- Der Bezahlvorgang bleibt eine Hauptstörquelle der Customer Journey
- Automatisierung im Kassensbereich ist bestimmendes Thema bei Händlern und Konsumenten; kassenlose Check-out-Alternativen werden erwartet

Im Rahmen einer repräsentativen Studie haben VR Payment und das EHI Retail Institute Konsumenten und Händler zur Zukunft des Check-outs im stationären Geschäft befragt. Die Ergebnisse zeigen: Der Kassensbereich wird seitens der Konsumenten als Sollbruchstelle des Einkaufserlebnisses empfunden und steht einer nahtlosen Customer Journey im Wege. Dabei ist das Bewusstsein für Digitalisierungspotenziale am Point of Sale hoch: Sowohl Händler als auch Konsumenten erwarten, dass sich der stationäre Handel in Zukunft von der traditionellen Kasse verabschiedet.

„Der Check-out und die Zahlungsabwicklung am stationären Point of Sale unterliegen aktuell starken technologischen und konzeptionellen Weiterentwicklungen. Denn hier sind die Unterschiede zum bequemen Kaufabschluss im E-Commerce besonders groß“, erklärt Carlos Gómez-Sáez, Vorsitzender der Geschäftsführung von VR Payment, die hohen Erwartungen die sich mit kassenlosen Store-Konzepten sowohl beim Handel als auch bei den Konsumenten verbinden.

„Wir haben den Kassensbereich in vorangegangenen Untersuchungen bereits als einen Hauptstörfaktor der stationären Customer Journey identifiziert. Die vorliegende Studie fokussiert nun auf diesen kritischen Bereich und liefert wichtige Erkenntnisse für zukünftige Entwicklungen. Besonders aufschlussreich ist dabei der Abgleich von Konsumentensicht und Händlerbedarf“, sagt Marco Atzberger, Mitglied der Geschäftsführung des EHI Retail Institute.

Die Key Findings auf einen Blick:

- **Convenience und Selbstbestimmung sind entscheidend.** Konsumenten empfinden das Anstehen an der Kasse als Belastung und Zeitverschwendung – vor allem dann, wenn Abläufe gestört sind. Auch für Händler gehören reibungslose Prozesse und eine effiziente Abwicklung zu den wichtigsten Aspekten im eigenen Ladengeschäft.
- **Händler bewerten den Kassensbereich primär nach Durchsatz und Ressourceneffizienz.** Mit Blick auf neue Shop- und Kassen-Konzepte sind für

Händler deshalb die Bereiche Automatisierung, Effizienzsteigerung und die Verfügbarmachung von Kapazitäten entscheidend.

- **Der Laden der Zukunft hat keine Kasse.** Konsumenten haben klare Erwartungen an den Laden der Zukunft: Er hat keine Kasse und wickelt das Bezahlen automatisch ab. Aber auch unter den Händlern kann sich heute bereits jeder Dritte sein Ladengeschäft ohne traditionellen Kassenbereich vorstellen.
- **Das Bezahlen wird insgesamt vielfältiger, digitaler und vor allem mobiler.** Das Smartphone entwickelt sich zum Smarttool und wird zur zentralen Drehscheibe im Einkaufs-, Bestell- und Bezahlprozess. Händler denken zunehmend verzahnter und bewerten mobile Anwendungen als aktuell interessanteste Entwicklung für ihr Ladengeschäft.

Befragt wurden 1.000 Konsumenten im Rahmen einer repräsentativen Untersuchung und etwa 50 Händler verschiedener Branchen aus der Gruppe der Top-250-Filialisten in Deutschland. Teilgenommen haben Führungskräfte aus den Bereichen Lebensmittelvollsortimenter und Discounter, Textilhandel, Schuheinzelhandel, Baumärkte, Warenhäuser sowie Möbel- und Drogeriemärkte.

[Download des Whitepapers](#)

## Kontakt

BCC für VR Payment  
Regina Bruschke  
T +49 (0)69 9002888-13  
[vr-payment@bcc-ffm.de](mailto:vr-payment@bcc-ffm.de)

## Über VR Payment

Wir sind einer der führenden Payment Provider Deutschlands und einziger Full-Service-Anbieter im deutschen Bankensektor. Als Spezialist für bargeldloses Bezahlen der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken entwickeln wir innovative Lösungen für den On- und Offline-Handel. Vom Netzbetrieb über Kartenakzeptanz bis hin zu innovativen In-App-Lösungen – mit 125.000 Terminals und 5 Millionen Kreditkarten verantworteten wir in 2019 insgesamt ein Transaktionsvolumen von rund 38 Milliarden Euro. An den Standorten Frankfurt am Main und Ettlingen arbeiten mehr als 300 Mitarbeiter für das E-Geldinstitut. VR Payment ist ein Unternehmen der DZ BANK-Gruppe.

## Über das EHI Retail Institute

Das EHI Retail Institute ist ein Forschungs- und Beratungsinstitut für den Handel und seine Partner mit rund 80 Mitarbeitern. Sein internationales Netzwerk umfasst rund 800 Mitgliedsunternehmen aus Handel, Konsum- und Investitionsgüterindustrie sowie Dienstleister. Das EHI erhebt wichtige Kennzahlen für den stationären und den Onlinehandel, ermittelt Trends und erarbeitet Lösungen. Das Unternehmen wurde 1951 gegründet. Präsident ist Kurt Jox, Geschäftsführer ist Michael Gerling. Die GS1 Germany ist eine Tochtergesellschaft des EHI und des Markenverbandes und koordiniert die Vergabe der Global Trading Item Number (GTIN, ehem. EAN) in Deutschland. In Kooperation mit dem EHI veranstaltet die Messe Düsseldorf die EuroShop, die weltweit führende Investitionsgütermesse für den Handel, die EuroCIS, wo neueste Produkte, Lösungen und Trends der IT- und Sicherheitstechnik vorgestellt werden sowie die C-star für den asiatischen Handel in Shanghai.