

# BONSAI STUDIE 2022: SO MÖCHTEN VERBRAUCHER:INNEN EINKAUFEN

In Deutschland, Österreich und der Schweiz

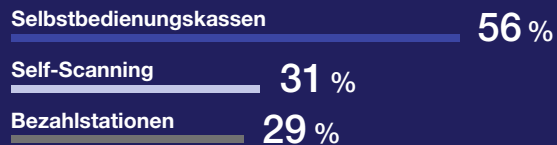
## EIN ENDE DER PANDEMIE WIRD DAS KAUFVERHALTEN VERÄNDERN

Jede/r **zweite** Verbraucher:in – **D 45 %**, **AT 46 %** und **CH 50 %** – möchte das eigene Kaufverhalten wieder ändern.

Jede/r **sechste** Verbraucher:in – **D 14 %**, **AT 19 %**, und **CH 15 %** – konsumiert seit der Pandemie weniger und möchte dies beibehalten.

## SCHWEIZER LIEBEN SB-SERVICES

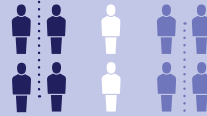
Die Schweizer Konsument:innen sind affiner gegenüber Selbstbedienungssystemen. Gut **drei Viertel** (77 %) von ihnen nutzen derzeit eine der angebotenen Möglichkeiten, davon



In Deutschland nutzen **nur 55 %** entsprechende Angebote.

## VOLLAUTOMATISIERTER SUPERMARKT

Supermarkt mit Personal



vollautomatisierter Supermarkt

**4 von 10 Verbraucher:innen bevorzugen Supermärkte mit Personal** und würden im vollautomatisierten Supermarkt nicht einkaufen, fast der gleiche Anteil würde einen Versuch wagen.

## SELBSTBEDIENUNG SPART ZEIT

**Gründe der Nutzung von SB-Angeboten:**

- + geht schneller bei kleinen Einkäufen
- + Verkürzung der Warteschlange an der Kasse



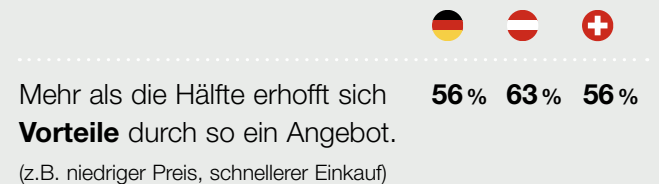
## INNOVATIVE EINKAUFSKONZEPTE

**Self-Scanning** von Artikeln im Einkaufswagen (etwa 1/4 in AT und CH, D etwas weniger) und das **Bezahlen mit dem Smartphone** ohne Zwischenstopp an der Kasse spricht Verbraucher:innen besonders an.



## WUNSCH NACH ANONYMITÄT IST INNOVATIONSBREMSE

**Individualisierte Angebote** auf dem Smartphone entsprechend dem Einkaufsverhalten werden positiv bewertet.



Allerdings möchte ein Drittel **33 %** lieber **anonym** bleiben. **32 %** **29 %**