

Consumer-Electronics-Studie: Kunden wünschen sich in Corona-Zeiten mehr Technologie am POS

MSM.digital hat den Einfluss von Covid-19 auf das CE-Einkaufsverhalten im stationären Einzelhandel untersucht

Die Corona-Pandemie ist ein Digitalisierungs-Treiber. Das zeigt sich auch im physischen Einzelhandel. Die große Mehrheit (61 Prozent) der deutschen Verbraucher wünscht sich am POS neue technische Lösungen wie KI-Bots für Interaktionen im Geschäft und Funktionen zur digitalen Verkaufsunterstützung. Dies zeigt eine aktuelle Studie von [MSM.digital](https://www.msm.digital) zum Thema Consumer Electronics (CE).

Das CE-Einkaufsverhalten hat sich durch Covid-19 verändert. Zwar ist das Vertrauen der Verbraucher in die Einzelhändler weiterhin hoch: Für die befragten Deutschen sind große Einzelhandelsgeschäfte für CE weitestgehend Orte zum sicheren und gesunden Einkaufen und 69 Prozent wollen nach wie vor ein stationäres Geschäft aufsuchen, um Unterhaltungselektronik zu shoppen. Die Befragten gehen allerdings davon aus, dass sie ihre Besuche in CE-Stores künftig um 32 Prozent verringern.

Technologie hilft beim Shopping

Technologien spielen im Kaufentscheidungsprozess eine wichtige Rolle. Die Verbraucher suchen in Corona-Zeiten aktiv nach mehr Informationen und Lösungen für den Schutz ihrer Gesundheit im Geschäft. So möchten 82 Prozent der deutschen Verbraucher Displays in Geschäften nutzen und weitere 71 Prozent, dass eine virtuelle Verkaufsberatung im Einzelhandel zum Einsatz kommt. 64 Prozent der Kunden greifen zudem gern zum Mobilgerät, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen und 61 Prozent sind daran interessiert, eine Bot-App herunterzuladen, die ihnen beim Einkaufen behilflich ist.

„Die Corona-Pandemie hat unseren Alltag stark verändert. Vor allem der Aspekt Sicherheit nimmt eine wichtige Rolle ein. Das gilt auch für den Einkauf im stationären Geschäft. Technologien wie unsere interaktiven Skreene-Displays, Augmented-Reality-Showrooms oder virtuellen Promotoren können dabei behilflich sein, Kaufentscheidungen am POS zu treffen, ohne direkt mit anderen in Kontakt zu treten. Außerdem können sie dazu beitragen, den Konsumenten ein sicheres Gefühl beim Einkauf im Einzelhandel zu geben“, sagt **Markus Oeller, Geschäftsführer von MSM.digital**.

Studiensteckbrief: Für die Forschungsstudie „European Consumer Electronics Shopping Insights“ wurde der Einfluss des CE-Einkaufsverhaltens im physischen Einzelhandel durch Covid-19 in sechs europäischen Ländern (Deutschland, Frankreich, Italien, Polen, Spanien und Großbritannien) untersucht. Die Umfrage fand zwischen dem 6. und 10. Juni 2020 statt. Befragt wurden insgesamt 2.459 Konsumenten. Die Studienergebnisse (in englischer Sprache) können [hier](#) eingesehen werden.

+++

Bildmaterial

[Infografik](#)

Die Verwendung der Bilder ist unter Nennung der Quelle für redaktionelle Zwecke freigegeben.

+++

Über MSM.digital

MSM.digital ist eine inhabergeführte Agenturgruppe für Omni-Channel-Marketing. Sie unterstützt Marken dabei, ihre Produkte und Leistungen entlang aller Kontaktpunkte der Customer Journey zu inszenieren und bekannter zu machen und die Kundenbindung langfristig zu stärken. Das Leistungsportfolio umfasst die Bereiche digitale Kommunikation (MSM.digital Communications), digitale Transformation im Handel, POS-Marketing (MSM.digital Channel Marketing), Experiential-Marketing und Retail-Staffing (MSM.digital Brandmates), Technologie-Entwicklung für Web und App (MSM.digital Technology Systems) sowie Augmented- und Virtual-Reality-Lösungen (MSM.digital AR/VR Labs). Für starke Kampagnen kombiniert MSM.digital unitübergreifend Kommunikationskanäle wie PR, Social-Media- und Influencer-Marketing, E-Commerce-Inszenierungen und Erlebniswelten am POS. MSM.digital betreibt zudem mit www.hashtaglove.de eine der größten Influencer-Plattformen Deutschlands mit über 13.000 Influencern. Die Agenturgruppe beschäftigt zurzeit 95 Mitarbeiter an den Standorten Hamburg, Berlin, Lübeck, Nürnberg, Stockholm und Pune/Indien. Zu den Referenzkunden zählen führende Marken wie AEG, AVM, BANDAI NAMCO, Electrolux, Electronic Arts, Facebooks Oculus, Microsoft, Samsung und Warner Bros. www.msm.digital

[Zur umfassenden Pressemappe von MSM.digital](#)

+++

Pressekontakt:

Agentur Frau Wenk +++ GmbH
Telefon: +49 (0)40 32 90 47 38 0
E-Mail: MSM.digital@frauwenk.de