

Kundenverhalten

Begrenzte Geduld an der Kasse

Mit der Verbesserung des Durchsatzes an den Kassen hat Ikea sicher ein gutes Argument, um den Kunden das Self-Scanning samt ausschließlicher Kartenzahlung schmackhaft zu machen. Schließlich war der schwedische Möbelriese für lange Warteschlangen an den Kassen berüchtigt, die so manchen Kunden vom Wiederkommen abgeschreckt haben. Die Bedeutung schneller Abwicklung beim Bezahlvorgang wird durch eine Studie der britischen Barclays Bank bestätigt. Durchschnittlich sind britische Kunden der Umfrage zufolge bereit, fünfeinhalb Minuten an der Kasse zu warten. 40 Prozent lehnen es hingegen ab, länger als zwei Minuten an der Kasse anstehen zu müssen.

Und die Wartebereitschaft ist umso geringer, je niedriger der Einkaufsbetrag. 46 Prozent der Kunden befürworten deshalb Expresskassen. Wenn von außen lange Warteschlangen erkennbar sind, betrifft fast jeder zweite Käufer das betreffende Geschäft erst gar nicht.

Aus Sicht der Barclays Bank ist dies ein schlagendes Argument für kontaktloses Zahlen. Immerhin zehn Prozent der Händler in Großbritannien, einschließlich Supermarktketten, haben der britischen Studie zufolge bereits begonnen, das kontaktlose Zahlen einzuführen und damit die Wartezeiten um mehr als ein Drittel zu verkürzen.

Red.