

Virusvrij(er) winkelen door nieuwe technologie: wat vindt de consument?

07-04-2021 13:00



Winkeliers kijken na een loodzware periode van lockdowns reikhalzend uit naar de volledige opening van hun deuren. Zowel voor de winkelier als de consument is het van groot belang dat er 'corona-proof' kan worden gewinkeld. Het afgelopen jaar hebben winkeliers al diverse maatregelen genomen om een omgeving te creëren waarin klanten veilig kunnen winkelen.

Ook technologische toepassingen worden veelvuldig ingezet in winkels om de kans op coronabesmetting te minimaliseren. Denk hierbij aan stoplichtfuncties, schoonmaakrobots en apps. Maar hoe kijkt de consument eigenlijk tegen deze technologieën aan? En welke technologieën ziet men meer zitten en welke minder?

Om dit te onderzoeken, hebben wij een vragenlijst voorgelegd aan een representatieve steekproef van ruim 2000 consumenten. De belangrijkste bevindingen presenteren wij hieronder.

Bevinding 1: Waardering voor technologie als preventiemaatregel

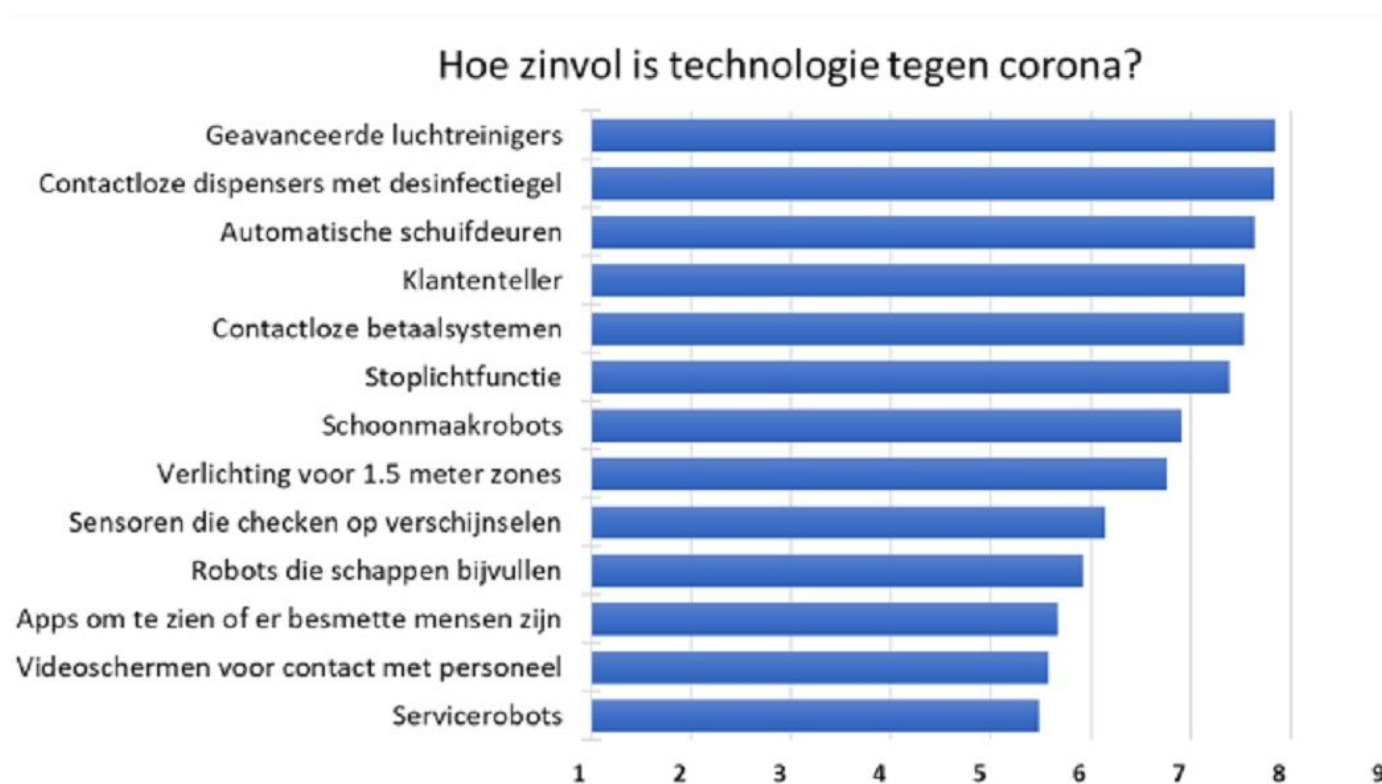
Om te achterhalen wat de consument vindt van de inzet van technologie als viruspreventiemaatregel legden wij de volgende stelling voor: 'Technologie in winkels kan helpen om verspreiding van het coronavirus tegen te gaan'. Van de ondervraagde consumenten was 44% het eens met deze stelling (38 % was neutraal en 18% niet eens). Er lijkt dus redelijke steun te zijn voor de inzet van technologische oplossingen in winkels om

coronabesmettingen te voorkomen.

Eerder onderzoek biedt hier een mogelijke verklaring voor: mensen waarderen technologie als het een preventieve functie heeft, in dit geval dus tegen de virusverspreiding. Wij vroegen de consumenten ook of men van mening is dat winkels momenteel voldoende technologie inzetten om coronabesmettingen in winkels tegen te gaan. Hier was slechts dertig procent het mee eens. Ondanks alle inspanningen die winkeliers verrichten lijkt hier dus nog ruimte voor verbetering te zijn.

Bevinding 2: Technologie die opgaat in de winkel meest zinvol

Om meer inzicht te krijgen in hoe zinvol consumenten diverse technologische toepassingen tegen corona vinden, vroegen wij hen een reeks van toepassingen te beoordelen op een schaal van 1 (zeer zinloos) tot 10 (zeer zinvol). De figuur hieronder laat de technologieën en de scores zien.



De door consumenten hoogst gewaardeerde oplossingen zijn: luchtreinigers, contactloze desinfectiegel dispenser, contactloze betaalsystemen, automatische schuifdeuren, klantentellers, en een stoplichtfunctie.

Opvallend is dat dit vooral technologische toepassingen zijn die behoorlijk opgaan in de winkelomgeving. Zodra je als consument in de winkel bent, zullen ze je winkelervaring niet wezenlijk veranderen. Ook dit sluit aan bij onderzoek: mensen zijn over het algemeen positief als technologie eenvoudigere en cognitieve taken overneemt.

Voor de technologieën die men als minder zinvol beoordeelt geldt dit niet. Schoonmaakrobots, sensoren, robots die schappen vullen, apps, videoschermen, en servicerobots zijn veel prominenter aanwezig. Consumenten lijken hier kennelijk minder behoefte aan te hebben.

Bevinding 3: Niet inleveren op sociaal contact en privacy

Wanneer we inzoomen op de technologieën die men relatief minder zinvol acht voor het bestrijden van corona, dan blijkt het vooral om toepassingen te gaan die persoonlijk contact met het winkelpersoneel overnemen of

die mogelijk privacygevoelig zijn. Robots en videoschermen waarmee je met winkelpersoneel communiceert, zijn hier goede voorbeelden van.

Eerder onderzoek wijst erop dat klanten het winkelpersoneel niet graag vervangen zien worden, met name als het gaat om sociaal contact. Dit kan verklaren waarom men minder positief is over de inzet van robots en de videoschermen, zelfs als deze het doel dienen om besmettingen te voorkomen.

Voor technologieën zoals sensoren en apps zouden privacyzorgen wel eens mee kunnen spelen bij hun lage beoordeling. Ook in een pandemie blijkt voor consumenten dat het behoud van privacy bij technologiegebruik van groot belang te zijn.

Bevinding 4: Mannen positiever, vrouwen willen onopvallende toepassingen

Bij een opsplitsing van de resultaten naar geslacht en leeftijd, komen een paar duidelijke verschillen voren. Zo denken mannen (50% eens) gemiddeld genomen meer dat technologie kan helpen bij de bestrijding van het coronavirus dan vrouwen (39% eens). Dit sluit aan bij eerdere onderzoeken waaruit bleek dat mannen nieuwe technologie eerder adopteren terwijl vrouwen wat meer terughoudend zijn.

Dit neemt niet weg dat vrouwen bepaalde technologische toepassingen meer waarderen dan mannen. Bijzonder hierbij is dat het met name de onder bevinding 2 genoemde onopvallende technologieën zijn die vrouwen significant hoger waarderen dan mannen. Tegelijkertijd waarderen mannen toepassingen die persoonlijk contact overnemen of mogelijk privacygevoelig zijn juist significant meer dan vrouwen.

Voor leeftijd geldt dat oudere mensen de sensoren, apps, en luchtreinigers meer waarderen dan jongeren. De servicrobots en contactloze betaalsystemen worden daarentegen juist meer gewaardeerd door de jongere consument.

Bevinding 5: Corona-app scoort verrassend laag

Tot slot staan we nog even stil bij de lagere score van de app waarmee je kan zien of er besmette mensen in de winkel zijn (geweest). De inzet van dit soort app-toepassingen krijgt vanuit de overheid veel aandacht. Denk hierbij aan de CoronaMelder app. Een factsheet van de Rijksoverheid laat zien dat het percentage mensen dat vertrouwen in de CoronaMelder app heeft al vrij laag was, en dat dit vertrouwen zelfs dalend is ten opzichte van eerdere tijdvakken.

Veel reacties op de app zijn voornamelijk terug te leiden naar de eerder genoemde privacyrisico's. Tegelijkertijd is de overheid druk bezig met het lanceren van een nieuwe Corona-preventie app; de CoronaCheck-app. Deze nieuwe corona-app heeft als doel dat je als individu een negatieve testuitslag kunt laten zien en bewijzen. Hiermee kan toegang worden verleend tot bijvoorbeeld festivals.

Aangezien het beperkte enthousiasme voor dergelijke goedbedoelde apps ook met ons onderzoek opnieuw is aangetoond, is het nog maar de vraag of de inspanningen die worden geleverd wel tot het gewenste resultaat zullen leiden. Het overtuigen van consumenten dat ook zij de app moeten gebruiken is een belangrijke randvoorwaarde voor succes, en dit lijkt geen zekerheid te zijn.

Conclusie

De resultaten van dit onderzoek geven inzicht in hoe de consument aankijkt tegen technologie om 'corona-proof' te kunnen winkelen. Interessant is dat men redelijk positief is, voornamelijk over technologieën die opgaan in de winkelomgeving.

De consument is wel wat sceptisch als het gaat om toepassingen die mogelijk implicaties hebben voor de

privacy of die persoonlijk contact in winkels vervangen. Mannen zijn in het algemeen minder sceptisch dan vrouwen, terwijl vrouwen juist een extra sterke voorkeur hebben voor technologie die in de winkelomgeving opgaat. Tot slot plaatst dit onderzoek een kanttekening bij de inzet van corona-apps omdat de consument deze minder zinvol acht.

Tibert Verhagen, Michelle Straver en Jesse Weltevreden Centre for Market Insights, Hogeschool van Amsterdam