



Bei Albert Heijn in den Niederlanden ist das Bezahlen via Smartcard oder Smartphone bereits voll im Einsatz

Kaufen *ohne* Kassenschlange

Artikel mit dem Smartphone scannen und direkt am Regal oder in der Umkleidekabine bezahlen – das spart den Kunden Zeit und erlaubt Einzelhändlern, Fläche und Personal effizienter einzusetzen. Im In- und Ausland erproben Handelsunternehmen den mobilen Self-Checkout ohne Kasse. IT-Anbieter zeigen auf der EuroShop 2020 passende Lösungen von der Zutrittschranke über smarte Regale bis zur Warensicherung.

Kirstin von Elm

Foto: Albert Heijn

Zeit ist relativ – vor allem in der Kassenschlange vergeht sie meist viel zu langsam. Im Edeka Markt Meyer's Frischecenter in Pinneberg nördlich von Hamburg gibt es deshalb seit Dezember 2019 eine „Fast Lane“. Kunden, die während des Einkaufs ihre Waren selbst mit dem Smartphone scannen, dürfen den Supermarkt auf der Schnellspur verlassen: Sobald die fällige Summe mit einem in der App hinterlegten Zahlungsmittel bezahlt ist (Kreditkarte oder SEPA-Lastschrift), erscheint ein Barcode auf dem Smartphone-Display des Kunden. Damit lässt sich die Checkout-Schranke an der Fast Lane öffnen, und der Kunde kann gehen: ganz ohne lästiges Anstehen oder Umpacken aufs Kassenband und zurück. Den Kassenbon gibt's digital über die App. Bei Erfolg will Jörg Meyer den mobilen Checkout 2020 an weiteren Standorten einführen. Vor allem für seine beiden Märkte auf Sylt erhofft sich der selbstständige Edeka-Kaufmann Vorteile beim Personaleinsatz am Sonntag während der Sommersaison.

Mit seinem innovativen Service-Angebot befindet sich der Pinneberger Einzelhändler in prominenter Gesellschaft. Im In- und Ausland erproben Handelsunternehmen den mobilen Self-Checkout. So ist beispielsweise bei Albert Heijn in den Niederlanden oder Coop Dänemark das Smartphone als mobiler Warens scanner inklusive Bezahlfunktion voll im Einsatz. Seit Mitte 2019 können dänische Kunden die App „Scan & Betal“ in allen 1.200 Filialen des größten dänischen Lebensmitteleinzelhändlers für den schnellen Einkauf ohne Kassenschlange nutzen. Coop betreibt in Dänemark

die Formate Kvikly, Fakta, Brugsen und Irma. Albert Heijn hat 2018 „Tap & Go“ für sein Convenience-Format AH to Go eingeführt und will die App sukzessive in den Niederlanden ausrollen. Aktuell können Pendler und Reisende beispielsweise am Flughafen Schiphol und am Hauptbahnhof Amsterdam per Smartphone sekunden-schnell ihre Snacks bezahlen. In der Schweiz hat der Convenience-Spezialist Valora im April 2019 mit der „avec box“ den ersten komplett kassenlosen Mini-Shop vorgestellt, Zutritt und Checkout erfolgen per Smartphone.

Foto: Valora



Kassenloser Mini-Shop: Die „avec box“ im Hauptbahnhof Zürich

KAUFEN OHNE KASSE Convenience, Digitalisierung und Urbanisierung gehören laut Andreas Starzmann zu den Megatrends, die den stationären Handel maßgeblich prägen werden. „Wachstum findet vor allem in neuen Formaten statt“, prognostiziert der Director Digital Office bei Wanzl. Der Weltmarktführer für Einkaufswagen hat sich in den letzten Jahren zum Anbieter technischer Komplettlösungen für den digitalisierten Einzelhandel entwickelt und präsentiert auf der EuroShop 2020 Technologien für den smarten kassenlosen Shop wie Sensortechnik, intelligente Regale, Zutrittsschleusen oder Scan-Tunnel. Zu den Anwendern gehört das Unternehmen Würth, das, unterstützt von Wanzl, derzeit seine 520 Fachmärkte sukzessive auf den Hybridbetrieb mit und ohne Personal umrüstet. Außerhalb der Öffnungszeiten können die gewerblichen Kunden des Schrauben-Spezialisten mit dem Smartphone als digitalem Ladenschlüssel einchecken, die benötigte Ware im Checkout-Bereich selbst scannen und später per Rechnung bezahlen.

Bei Würth kaufen ausschließlich registrierte B2B-Kunden, doch nur wenige Einzelhändler kennen alle Kunden persönlich. Oft diskutiert wird deshalb die Frage, wie ehrlich die Kunden beim Mobile Self-Checkout sind. Eine aktuelle Studie der University of Leicester im europäischen Lebensmitteleinzelhandel kommt zu dem Ergebnis, dass mit der Höhe des selbst gescannten Umsatzanteils auch die Inventurdifferenzen steigen. Handscanner schneiden dabei noch schlechter ab als stationäre SCO-Terminals. Mobiles Self-Scanning mit dem eigenen Smartphone wurde in dieser Studie allerdings noch gar nicht erfasst.

Da in der Regel nur registrierte Kunden Self-Checkout-Apps nutzen können, geben sich die Anwender im Hinblick auf die neue



Prototyp „Grab & Go“
von Wirecard

Foto: Wirecard



Foto: Wanzl

Einkaufen ohne Personal ist seit 2019 in einigen Stores des
Werkzeughändlers Würth möglich

Technik deshalb optimistisch: „Wer klauen will, lässt sich vorher nicht extra registrieren“, glaubt Edeka-Kaufmann Jörg Meyer. Seine Self-Checkout-App namens KOALA (Kauf ohne Aufwand und lästiges Anstehen) hat das norddeutsche Software-Unternehmen Fesforward in enger Abstimmung mit dem Edeka-Markt entwickelt. Meyers Sicherheitsmaßnahmen beschränken sich auf Stichprobenkontrollen, für die ein Algorithmus in der App Kunden gelegentlich auswählt. Auch die App des Bonner Anbieters Snabble, die beispielsweise Knauber oder Edeka-Paschmann in Mülheim

Foto: Caixa Bank



Nestlé testet „Face to Pay“ in einem Concept-Store in Barcelona

nutzen, setzt auf Stichproben. Verkaufsmitarbeiter bei Knauber können zudem über eine Händler-App kontrollieren, wer gerade mit der mobilen Self-Checkout-Lösung im Laden einkauft.

SMARTE WARENSICHERUNG Auch wenn sich die Zahl der Self-Scanning-Installationen seit 2017 mehr als verdoppelt hat, ist mobiles Self-Scanning mit dem Smartphone derzeit noch die Ausnahme. Rund jeder vierte Kunde in Deutschland kennt zwar Scan-Apps, doch nur 2 Prozent nutzen sie zumindest gelegentlich, so das Ergebnis einer EHI-Marktanalyse und Verbraucherbefragung zu SCO-Systemen. Soll sich das Bezahlen direkt am Regal auf breiter Front durchsetzen, sind künftig neue Lösungen für die elektronische Artikelsicherung (EAS) gefragt. Höherwertige Waren wie Parfum, Unterhaltungselektronik oder Bekleidung sind heute meist mit EAS-Etiketten versehen, die beim Verlassen des Ladens Alarm schlagen, wenn sie nicht an der Kasse entschert werden. Abhilfe bieten hier cloudbasierte IoT-Etiketten, die Kunden selbst entfernen oder entschern können, sobald sie mobil bezahlt haben. Etiketten-Spezialist SES-Imagotag arbeitet auf diesem Gebiet beispielsweise mit dem Zahlungsdienstleister Wirecard zusammen. Nedap, einer der führenden Anbieter von RFID-Lösungen für den Handel, hat 2019 die Mobile-Payment-Lösung Mishi Pay in seine cloudbasierte Anwendung für vernetzte Stores integriert. Mishi Pay kam Ende 2018 bei einem Mobile-Checkout-Piloten bei Saturn zum Einsatz und wird seit Mitte vergangenen Jahres in den Sportfachmärkten von Decathlon in den Niederlanden eingeführt.

KUNDENSERVICE 4.0 Egal ob Supermarkt, Sport- oder Elektronikfachmarkt: Einzelhändler, die ihren Kunden Mobile Self-Checkout anbieten, betonen, dass es weniger darum gehe, Personal einzusparen. In erster Linie sollen die innovativen Lösungen den Kundenservice und das Einkaufserlebnis verbessern. Biometrische Verfahren wie Handscanner oder Gesichtserkennung, smarte Regale mit Sensortechnik, Cloud-Technologie und Künstliche Intelligenz eröffnen künftig ganz neue Möglichkeiten und könn-

ten die Erwartungen der Kunden an Tempo und Bequemlichkeit beim Einkaufen nachhaltig verändern. Noch sind Formate wie Amazon Go oder die kassenlose „avec box“ von Valora die Ausnahme, doch Medienberichten zufolge plant der US-Konzern, seine Technologien für Amazon Go ab 2020 an andere Handelsunternehmen zu lizenzieren. Auch die britische Supermarktkette Tesco soll an einem kassenlosen Konzept ähnlich Amazon Go arbeiten. In der weltgrößten Mobile Payment-Nation China ist das Bezahlen per Gesichtserkennung auf dem Vormarsch. Als eines der ersten Unternehmen in Europa testet der Lebensmittelkonzern Nestlé seit November 2019 „Face to Pay“ in einem Store in Barcelona. Auf der EuroShop gibt es einen Vorgeschmack auf das Einkaufserlebnis 4.0 am Stand von Wirecard. Dort zeigt ein voll digitalisierter Shop vom Zutritt per Smartphone bis hin zum mobilen Bezahlen am smarten Spiegel in der Umkleidekabine, wohin die Reise gehen könnte.

redaktion@ehi.org



SATURN SMARTPAY

Test läuft weiter

Im Weihnachtsgeschäft 2018 startete Saturn am Hamburger Hauptbahnhof auf 18.000 qm Verkaufsfläche das Pilotprojekt Smartpay.



Foto: Media Markt Saturn

Bezahlen per App

Sechs Monate lang konnten Kunden mit ihrem Smartphone direkt am Regal ihre Einkäufe scannen und bezahlen. Bis zu 100 Kunden am Tag nutzten den Service. Für vereinzelte Kritik sorgte allerdings die Notwendigkeit, die Ware vor Verlassen des Marktes erst noch an speziell eingerichteten Express-Schaltern nach Vorlage einer digitalen Quittung (QR-Code) von einem Mitarbeiter entschern zu lassen. Einige Warengruppen (z.B. Smartphones, Geschenkgutscheine, FSK-18-Artikel) waren zudem von Smartpay ausgenommen. Mit den Erkenntnissen aus Hamburg sowie erweiterten digitalen Sonderlösungen läuft seit Juli 2019 ein zweiter Pilot im Saturn Berlin-Steglitz. Vermutlich heißt es bald: Fortsetzung folgt.