



# Investition in die Kundenbindung

Das EHI befragte Händler, die Self-Checkout-Kassen und mobile Self-Scanning-Systeme nutzen, zu Beweggründen, Erfahrungen und Entwicklungsperspektiven beim Einsatz dieser im deutschen Handel noch wenig genutzten Technik. Die Bilanz fällt überwiegend positiv aus.

*Simone Sauerwein*

Stationäre Selbstbedienungskassen (SB-Kassen) und mobiles Self-Scanning sind mittlerweile vielfach erprobt. Dennoch sind „Self-Checkout“ (SCO)-Systeme im deutschen Handel bisher die Ausnahme. Derzeit gibt es nur knapp 300 Geschäfte, die SB-Kassen und rd. 25 Geschäfte, die mobiles Self-Scanning anbieten.

Um den Ursachen der geringen Verbreitung dieser Systeme nachzugehen, befragte das EHI 20 deutsche Händler, die ihren Kunden bereits SCO-Lösungen anbieten. Dabei wurden sie nach ihren Beweggründen für die Installation der SB-Systeme, nach ihren Erfahrungen und zu ihren Prognosen zum Self-Checkout in Deutschland befragt.

## **Beweggründe**

Erstaunlicherweise ist nicht der Return-on-Investment der Hauptbeweggrund für den Betrieb eines SCO-Systems. Keines der befragten Unternehmen konnte mit einer klassischen ROI-Analyse, in der die Anfangsinvestitionen den Einsparungen gegenübergestellt werden, aufwarten.

Auch die Hoffnung auf Einsparung von Personalstunden und damit der Personalkosten verbanden ursprünglich nur wenige Unternehmen mit der Einführung eines SCO-Systems. Einen Personalabbau konnte auch keines der befragten Unternehmen in nennenswertem Umfang realisieren. Im praktischen Einsatz zeigt sich vielmehr, dass die flexiblere Personaleinsatzplanung und die vielseitige Einsetzbarkeit der SCO-Mitarbeiter – in frequenzschwachen Zeiten können sie beispielsweise Tätigkeiten in der Vorkassenzone oder die Regalpflege in Kassennähe übernehmen – äußerst wertvoll und wichtig für die Händler ist.

Die Freude an moderner Technik, die Bereitschaft, neue Technologien frühzeitig auszuprobieren und der Glaube an eine Investition in zukunftsorientierte Kassenlösungen wurden ebenfalls häufig als Motivationsfaktoren genannt.

Haupttreiber ist aber primär der Wunsch des Verbrauchers. So nannte die Mehrzahl der Händler den verbesserten Kundenservice, die Reduktion von Warteschlangen in Spitzenzeiten und damit die Erhöhung der Kundenzufriedenheit sowie ein modernes und innova-

Fotos (2): Wincor Nixdorf

**Bild linke Seite:** Kundin beim Check-in zum mobilen Self-Scanning bei Tegut  
**Bild rechts:** Kundin beim bargeldlosen Bezahlen am SB-Bezahlterminal

tives Unternehmens-Image als Einsatzgründe. Self-Checkout-Systeme sind derzeit überwiegend eine Investition in die Kundenbindung.

Eine Grundvoraussetzung für den Einsatz von SCO-Systemen ist die Scan-Fähigkeit des gesamten Sortiments. Beim Self-Checkout müssen die Kunden Artikel ohne Strichcodierung selbstständig erfassen können. Dazu gehört der Umgang mit Gewichtsware wie Obst und Gemüse, losen Waren, Stückartikeln ohne EAN, Brot und Backwaren aus Backstationen und Getränkegebinden. Auch reduzierte Artikel sollten strichcodiert werden, damit Fälle, die das Eingreifen einer Kassenkraft erfordern, möglichst selten vorkommen.

Bei Sortimenten wie beispielsweise Tabakwaren, alkoholischen Getränken, Feuerwerkskörpern oder nicht jugendfreien Medien ist auf die Gewährleistung der Alterskontrolle zu achten.

Die Einlösung von Pfandbons, Coupons, Essensmarken, Treuekarten, Gutscheinen etc. sollte möglich sein. Im Idealfall sollte der Self-Checkout all das können, was eine bediente Kasse kann – mit der Einschränkung, dass ein Kunde keine Warengruppenbuchungen oder Rabattierungen durchführen kann.

Um den Kunden den gewohnten Service zu liefern, bietet ein Großteil der Geschäfte mit stationären Systemen trotz hoher In-



Ein sicheres, Design-betontes Mehrzweckgehäuse und eine Montagelösung für das iPad

**SpacePole®**  
SafeGuard

## SafeGuard i-Frame

Entfesseln Sie Ihr iPad und nutzen Sie es als Universal-Tool für Ihr Geschäft und Ihre Kunden

Seit dem Aufkommen von Tablets als praktischem Business-Tool steht der Wunsch im Vordergrund, diese teuren Geräte ohne Einschränkungen an den ästhetischen Qualitäten bzw. mobilen Funktionen geschützt zu montieren. Sicherheit und Flexibilität sind entscheidend. Der i-Frame von Ergonomic Solutions bietet verschiedene Features, die das iPad vor Missbrauch, Beschädigung und Diebstahl schützen.

Während sich die Mobile-Technologie weiterentwickelt, erfüllt der i-Frame von Ergonomic Solutions all diese wichtigen Anforderungen und macht ihn ideal für Tisch-, Wand- und Bodenmontierte Anwendungen im gesamten Einzelhandel und Gastgewerbe

Die ideale Technologiehalterung für das iPad 2, 3, 4 und Air

POINT OF SALE • PAYMENT • DIGITAL SIGNAGE  
 SELF SERVICE • MOBILITY • WAREHOUSE & DISTRIBUTION



TECHNOLOGY MOUNTING SOLUTIONS

spacepole.com

**ES**  
ergonomic solutions

vestitionskosten die Möglichkeit der Barzahlung an. Beim mobilen Self-Scanning wird häufig auf das Barzahlungsmodul am Bezahlautomaten verzichtet; hier bieten die Händler die Alternative, den Einkauf an einer bedienten Kasse abzuschließen.

**Nutzungsraten**

Die Mehrzahl der befragten Händler gab für den Einsatz einer SB-Kasse als Mindestervartung eine Kundennutzungsrate von mehr als 10 Prozent an. Da die Vermeidung von Wartezeiten an der Kasse für Kunden mit kleinen Einkaufskörben im Vordergrund steht, wird die Höhe des Umsatzanteils eher als nachrangig betrachtet. In den meisten Märkten werden SB-Kassen von 15-30 Prozent der Kunden genutzt, und gut eingeführte SB-Kassen können durchaus bis zu 40 Prozent der Kunden erreichen.

Für den Self-Scanning-Bereich gaben die befragten Unternehmen als Ziel eine Nutzung von 5-15 Prozent der Kunden an. Bei drei Vierteln der Befragten liegen die Nutzungsraten bisher jedoch erst zwischen 2 und 10 Prozent. Lediglich ein Anbieter berichtete von bis zu 15 Prozent Nutzung an Spitzentagen. Insgesamt sind die befragten Unternehmen mit den erzielten Nutzungsraten jedoch sehr zufrieden.

**Erfolgsfaktor „Mensch“**

Alle befragten Händler sind sich einig, dass der Self-Checkout nur mit der Unterstützung motivierter Mitarbeiter funktionieren kann. Kassierkräfte und andere Mitarbeiter sind die ersten Kontaktpunkte und direkte Ansprechpartner der Verbraucher. Verunsicherungen oder fehlende Akzeptanz der SCO-Systeme bei den Mitarbeitern werden direkt an die Kunden übertragen. Die Mitarbeiter sollten daher möglichst früh in die Prozesse eingebunden und ihrer möglichen Befürchtung eines Arbeitsplatzabbaus sollte entgegen gewirkt werden.

Zudem haben die Mitarbeiter im SB-Bereich durch ihre Aufmerksamkeit und Kontrolltätigkeiten maßgeblichen Einfluss auf die Diebstahlraten. 95 Prozent der Befragten geben an, dass die Diebstahlraten bzw. Inventurdifferenzen durch die Self-Checkouts nicht gestiegen sind. Einige sind sogar davon überzeugt, dass die Diebstahlraten an Self-Checkouts geringer ausfallen. Die Händler begründen dies in erster Linie damit, dass der Kunde die alleinige Verantwortung für das Registrieren und Bezahlen trägt. Während bei herkömmlichen Kassen die „Schuld“ immer noch auf die Kassenkraft abgewälzt werden kann, ist die Sachlage hier klar.

Für die Zukunft rechnen fast alle Händler mit einer fortschreitenden Verbreitung der Self-Checkout-Systeme in Deutschland. Vor allem das Ziel der Reduzierung von Warteschlangen wurde mit dem Einsatz von SCO in allen Unternehmen erfolgreich umgesetzt. Fast zwei Drittel der Händler, die stationäre SB-Systeme anbieten und sogar drei Viertel der Händler, die mobiles Self-Scanning einsetzen, planen, diese Form der Selbstbedienung in weiteren ihrer Märkte zu installieren. Die Mehrheit der befragten Händler prognostiziert, dass dies die Wettbewerber zum Nachziehen bewegen wird.

Auf den Konsumenten bezogen erwarten die Händler, dass sich eine zunehmende Präferenz für Kartenzahlung und eine flächendeckende Durchdringung der Systeme vertrauensbildend auswirken und die Akzeptanz unter den Verbrauchern deutlich erhöhen werden.

*www.self-checkout-initiative.de*

*Die vollständigen Ergebnisse der EHI-Händlerbefragung stehen zum kostenfreien Download bereit unter:  
www.self-checkout-initiative.de/downloads/whitepaper/*

Unterscheidungsmerkmale von SCO-Systemen

	Argumente für stationäre SCO-Kassen	Argumente für mobiles Self-Scanning
<b>Warenkorbgröße</b>	Geeignet für kleinere Einkäufe/Warenkörbe	Geeignet für größere Einkäufe/Warenkörbe
<b>Artikelzahl</b>	bis 15 Artikel, z.B. Kleinkäufe in der Mittagspause	ab 30 Artikel, z.B. „Wocheneinkäufer“
<b>Höhe des Durchschnittsbons</b>	Kleinere Durchschnittsbons	Höhere Durchschnittsbons
<b>Kundenstruktur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Laufkundschaft</li> <li>▪ Stammkunden mit wenigen Artikeln</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Viele Stammkunden</li> </ul>
<b>Systemnutzung durch den Verbraucher</b>	Ohne Registrierung	Registrierungspflichtig
<b>Vorteile für den Verbraucher</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anonymität des Einkaufens</li> <li>▪ Preiskontrolle beim Registrieren</li> <li>▪ Geringere Wartezeiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Direkte Preiskontrolle am Regal</li> <li>▪ Sichtbarer Einkaufsbetrag</li> <li>▪ Kein Umpacken</li> <li>▪ Geringere Wartezeiten</li> </ul>
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Optimale Raumnutzung</li> <li>▪ Steigerung der Produktivität</li> <li>▪ Flexibilität der Mitarbeiter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Optimale Raumnutzung</li> <li>▪ Steigerung der Produktivität</li> <li>▪ Flexibilität der Mitarbeiter</li> <li>▪ Entlastung bedienter Kassen bei großen Warenkörben</li> </ul>
<b>Fazit</b>	Warteschlangen in Spitzenzeiten reduzieren	Bequemlichkeit bei größeren Einkäufen

Quelle: EHI