



Foto: EHI/Rümmele

SCO-Systeme gewinnen an Fahrt

Im Rahmen seiner Self-Checkout Initiative macht das EHI Markterhebungen zum aktuellen Status quo der Verbreitung von Self-Checkout- und Self-Scanning-Systemen im deutschen Handel. Die Ergebnisse der aktuellen Umfrage mit Stand August 2017 liegen nun vor.

Frank Horst

Die aktuelle EHI-Marktanalyse zur Verbreitung von Self-Checkout-Systemen zeigt: Rd. 530 Märkte in Deutschland bieten heute ihren Kunden die Möglichkeit, den Scan- und Bezahlvorgang selbst in die Hand zu nehmen. Das kundeneigene Scannen der Artikel stationär an der Kasse oder mobil am Regal wird als zusätzlicher Kundenservice verstanden, primär um Wartezeiten zu verkürzen.

Die EHI Self-Checkout Initiative verfolgt u.a. das Ziel, aktuelle Marktübersichten über den Status quo von Self-Checkout- und Self-Scanning-Systemen in Deutschland zu erstellen. Nicht berücksichtigt wurden reine Self-Payment-Systeme, also Automaten, an denen Kunden ausschließlich den Bezahlvorgang,

nicht aber den Registriervorgang selbst durchführen.

Die aktuelle EHI-Markterhebung mit Stand August 2017 zum Einsatz von Self-Checkout-Systemen und Self-Scanning-Systemen in Deutschland dokumentiert, dass in 488 Geschäften Self-Checkout-Systeme genutzt werden können und in weiteren 41 Geschäften das Self-Scanning angeboten wird. Dabei wurden ausschließlich Installationen berücksichtigt, die auf Dauer angelegt sind. Daher blieben einige wenige Geschäfte, die als Pilot- oder Testmärkte eingestuft wurden, bei der Zählung unberücksichtigt.

Im Vergleich zum Stand August 2015 hat sich die Zahl der Einzelhandelsgeschäfte mit stationären Self-Checkout-Systemen in den letzten zwei Jahren in

Deutschland um rd. 65 Prozent und bei mobilen Self-Scanning-Systemen um 64 Prozent erhöht. Bis zum Jahresende 2017 werden über 500 Geschäfte ihren Kunden stationäre SB-Kassen anbieten und weitere 50 Geschäfte mobile Self-Scanning-Systeme im Einsatz haben.

Kundenwunsch Barzahlung

Kaum verändert hat sich in den letzten Jahren die Einstellung der Verbraucher gegenüber der Barzahlung: 98 Prozent der Lebensmittelhändler akzeptieren den vorherrschenden Kundenwunsch und bieten SB-Kassen mit Barzahlungmodulen an, obwohl dies höhere Investitionskosten erfordert. Hinzu kommt eine deutlich höhere Wartungsintensität als bei Kartenzahlungsmodulen. Auf

den Gesamtmarkt bezogen können Kunden in 84 Prozent der Geschäfte mit SB-Kassen ihre Einkäufe bar bezahlen.

Beim mobilen Self-Scanning hat der Kunde fast immer die Möglichkeit, den Einkauf auch an einer bedienten Kasse bar zu bezahlen, unabhängig davon, ob die Bezahlstation über ein Barzahlungsmodul verfügt.

Bei den installierten Self-Checkout-Systemen in 488 Märkten kommen derzeit insgesamt rd. 3.020 Selbstzahlkassen zum Einsatz. Der Großteil der Self-Checkout-Kassen ist nach wie vor bei den bekannten Vorreitern der Selbstzahlkassen Ikea und Real installiert.

Noch Luft nach oben

Neben den Real-Märkten bieten die Unternehmen Kaufland, Famila-Nord sowie vorwiegend selbstständige Einzelhändler der Unternehmensgruppen Edeka und Rewe diesen zusätzlichen Kundenservice an. Hinzu kommen Installationen beim Cash & Carry-Betreiber Selgros, der seinen Großhandelskunden sowohl Self-Checkout-Kassen als auch das Self-Scanning anbietet. Außerhalb des Lebensmittelsektors sind Selbstzahlkassen praktisch nur bei Ikea, Decathlon und in den Bauhaus-Baumärkten zu finden.

Mit Ausnahme von Ikea, Decathlon und einigen wenigen selbstständigen Unternehmen bieten fast alle Geschäfte durchgängig ihren Kunden die Barzahlungsmöglichkeit beim Self-Checkout an.

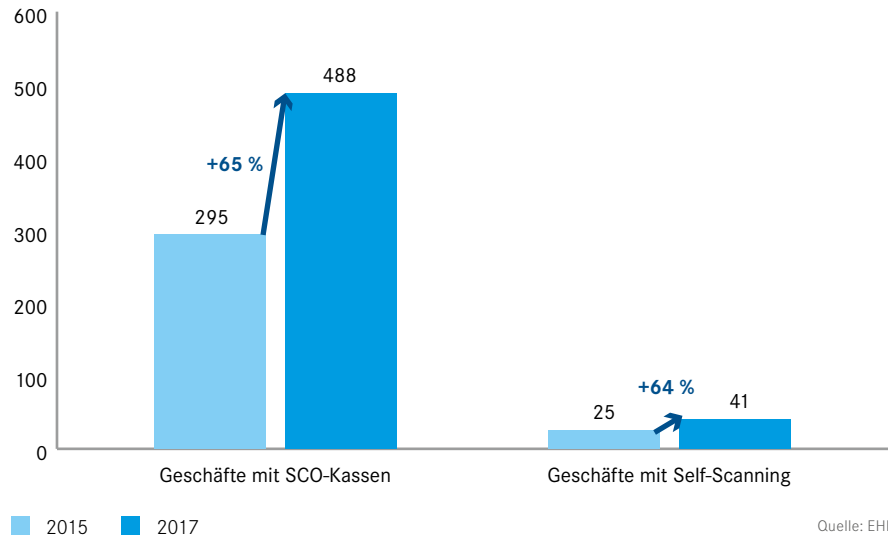
Im klassischen Lebensmitteleinzelhandel gibt es derzeit knapp 350 Märkte, die typischerweise jeweils 4 Self-Checkout-Kassen einsetzen. Damit erreichen Märkte mit SB-Kassen jetzt gerade einmal ein Marktanteil von knapp 1 Prozent.

Setzt man die im Lebensmittelhandel im Einsatz befindlichen rd. 1.450 SCO-Kassen in Relation zu den fast 200.000 herkömmlichen Kassen, so wird schnell deutlich, dass diese Systeme noch eine untergeordnete Rolle spielen. Jedoch ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jedes Lebensmittelgeschäft und jeder Standort für SB-Kassen geeignet sind.

Gewichtskontrolle ist ein probates Mittel, um fehlerhafte Registrierungen

Anzahl der Geschäfte mit Self-Checkout- und Self-Scanning-Systemen

in absoluten Zahlen



zu vermeiden. Dabei wird der eingepackte Artikel mit einer Waage unter der Einpackstation gewogen und das ermittelte Gewicht mit dem verglichen, das für den gescannten Artikel in einer Datenbank hinterlegt ist. Im LEH sind 91 Prozent der SCO-Kassen mit dieser Technologie ausgestattet, über die Branchen hinweg sind es noch 43 Prozent.

Zu den größten Self-Scanning-Pionieren gehört seit 2010 das Unternehmen Feneberg mit derzeit 14 Märkten. Zum Stand August 2017 bietet jedoch auch das Unternehmen Globus SB-Warenhaus bereits in 15 Häusern sein „Scan & Go“-System an und plant, Self-Scanning auch an weiteren Standorten einzuführen. Weitere Installationen

dieser optionalen Einkaufsmöglichkeit finden sich bei Tegut sowie bei vorwiegend selbstständigen Einzelhandelspartnern der Edeka-Südwest und Edeka-Nordbayern. Typischerweise stehen in diesen Märkten jeweils mindestens 60 Handsanner für den Kundeneinsatz zur Verfügung.

Außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels finden sich Self-Scanning-Angebote bei dem C&C-Unternehmen Selgros und erstmalig auch in 2 Globus-Baumärkten. Seit Ende August 2017 gibt es auch ein Lebensmittelgeschäft, das seinen Kunden mobiles Self-Scanning mit dem eigenen Mobiltelefon per App anbietet.

horst@ehi.org

UMFASSENDE INFORMATIONEN

EHI Self-Checkout-Initiative

Im Jahr 2014 hat das EHI die Self-Checkout-Initiative ins Leben gerufen. Ziel der Initiative ist die Bereitstellung umfassender Informationen über Akzeptanz, Nutzung, Verbreitung und Technologie von Self-Checkout-Kassen. Das EHI hat dazu in den vergangenen Jahren Verbraucher-, Mitarbeiter- und Händlerbefragungen durchgeführt und zahlreiche Informationsveranstaltungen organisiert. Die

Initiative wird von folgenden Unternehmen unterstützt: CCV, Datalogic, Diebold Nixdorf, Fujitsu, ITAB, NCR, Toshiba und Zebra. Aktuell liegt dieser Ausgabe ein Poster bei, das die deutschlandweite Verbreitung von Self-Scanning- und Self-Checkout-Systemen abbildet.

www.self-checkout-initiative.de