

Bei „Kampus by Kamps“ sind zwei Self-Checkout-Kassen installiert, die ausschließlich Kartenzahlung akzeptieren



Foto: Kamps

Fokus auf Self-Checkout

Das Convenience-Konzept „Kampus“, eine Mischung aus Retail und Gastronomie, setzt auf durchgängige Selbstbedienung bis zum Self-Checkout gemäß der Überzeugung: Die junge mobile Zielgruppe will das so. Im Pilot-Store am Köln-Bonner Flughafen testet die Kamps GmbH ihr neues System auf Kundenakzeptanz.

Konny Scholz

„Wir haben bisher wenig Erfahrung mit Selbstbedienung und keine Erfahrung mit Self-Checkout“, sagte Jochen Pollotzek, Geschäftsführer der Kamps GmbH, anlässlich der Eröffnung

von Kampus by Kamps am Flughafen Köln-Bonn Anfang Oktober. Selbstbedienung und Self-Checkout sind jetzt zentrale Kriterien des neuen Convenience-Konzepts, der Bäckerei-Filialist betrachtet daher seinen ersten Store als Pilotprojekt. Zwei bis drei weitere Standorte sind noch für dieses Jahr in der Pipeline. Greift das Konzept, sind mittelfristig 50 bis 100 Standorte angepeilt.

Kampus ist konsequent auf die zeitoptimierte Versorgung einer mobilen Kundschaft an stark frequentierten Standorten ausgerichtet. Das konzentrierte Sortiment frisch zubereiteter kalter und warmer Snacks, O-Saft und Kaffee aus Gastro-Maschinen zur Selbstbedienung, Wein und Confiterie sowie Reiseutensilien zielt auf One-Stop-Shopping und den To-go-Trend ab. „Wir wollen die Convenience-Idee und den Self-Service-Gedanken nach vorne bringen. Daher haben wir Kampus konsequent auf die Vorlieben einer jungen, mobilen Generation beim schnellen Einkauf zugeschnitten“, sagt Carsten Berges, Manager Ladenbau bei Kamps.

KAMPUS BY KAMPS

One-Stop-Shopping

Selbstbedienungskonzept der Kamps GmbH, Schwalmtal
Sortiment Convenience, kalte und warme Snacks, Backwaren, Salat Bowls, Kioskwaren

Prinzip One-Stop-Shopping, Komplettlösung für die unkomplizierte Versorgung unterwegs

Specials Verknüpfung von Retail- und Gastro-Elementen

Zielgruppe mobile moderne Menschen zwischen 25 und 45

Shop durchgängig Selbstbedienung

Fläche 140 qm

Anzahl Self-Checkout-Kassen 2

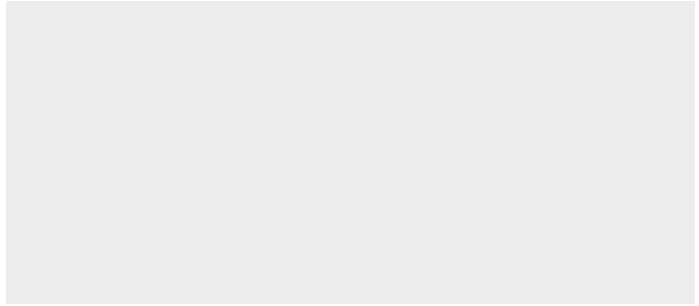
Kassenlieferant TCPOS

Einer klassischen Bedienkasse stehen zwei Self-Checkout-Stationen gegenüber, alles von TCPOS, dem Kassensoftwarelieferanten von Kamps. Etwa 80 Prozent der Verkaufsprodukte sind mit Barcode ausgestattet und können am Scannerfenster der Geräte entlanggezogen werden.

Bilder statt Barcode

Nicht so die frisch zubereiteten Snacks. Um auch Croissant, Apfeltasche und To-go-Kaffee für den Kunden selbstbuchbar zu machen, entwickelte die Inhouse-Grafik von Kamps ein Bildersystem für die Frische-Produkte. Die Software wurde mit diesem Bildersystem individualisiert. Je nach Artikel wechselt der Kunde über den Touchscreen vom Scanner auf das Bild-Menü. „Wir haben hier ein gutes Konzept zwischen klassischem Scannen und den Buttons mit Bildern entwickeln können, das der Kunde intuitiv bedienen kann“, sagt Jens Oliver Meurer, New Business Manager bei Kamps.

Der Self-Checkout sieht ausschließlich Kartenzahlung vor. Am Standort Flughafen ist Kartenzahlung auch für kleine Beträge vertraglich vereinbartes Standard-Verfahren, um dem internationalen Publikum barrierefreien Zugang zu den Sortimenten zu verschaffen, auch wenn keine Euro Münzen mitgeführt werden. Für Münzzahlung steht die



bemannte Kasse bereit. Inwieweit an anderen Standorten an den Self-Checkouts die Barzahlung als zusätzliche Option installiert wird, wird bei Kamps noch entschieden. Jedoch gilt: „Wir wollen mit dem Kampus-Konzept forcieren, dass sich die Kartenzahlung auch bei kleinsten Beträgen weiter etabliert“, so Thorsten Saleh, IT-Leiter bei Kamps.

Die Kamps GmbH mit Unternehmenssitz in Schwalbach/Niederrhein betreibt in Deutschland rd. 380 Bäckereien und rd. 70 Backstuben. Der Jahresumsatz von Kamps lag zuletzt bei 230 Mio. Euro.

redaktion@ehi.org

Quelle: www.retailtechnology.de