

Das Handy als Geldbörse

Einen einzigartigen Checkout-Mix hat die niederländische Handelskette **Albert Heijn** realisiert und bietet damit in ihren Supermärkten das, wovon jeder Kunde träumt: selbst zu entscheiden, wie er einkauft und bezahlt. Demnächst sogar per Handy.

Das Potenzial automatisierter Bezahlungsmöglichkeiten hat Albert Heijn schon früh erkannt. Bereits im November 2004 suchte das größte Handelsunternehmen der Niederlande mit Wincor Nixdorf im Rahmen eines Consultings nach einem passenden Ansatz und startete anschließend eine Reihe von Pilotprojekten, um unterschiedliche Szenarien zu testen. Etwa eine mobile Shopping-Lösung, bei der die Kunden die Waren selbst einscannen und anschließend entscheiden, ob sie bar oder bargeldlos bezahlen wollen. Oder das Einscannen durch einen Kassierer mit anschließend eigenständigem Bezahlen am Pay Tower per Bargeld oder Karte.

Schon 100-mal Mobile Shopping

Das Rennen machte schließlich ein ausschließlich auf bargeldloses Zahlen ausgelegtes Mobile Shopping-Szenario. Im November 2006 realisierte Albert Heijn in zehn seiner Stores im XL-Format diese Lösung und wählte damit als erster Retailer der Welt eine Kombination aus eigenständigem Scannen und Bezahlen. Inzwischen hat das Unternehmen in rund 100 Supermärkten und Stores die mobile Shopping-Lösung eingeführt, dabei mehr als 50 Prozent der Kassen in innovative Self Payment-Bereiche umgewandelt. Die verblie-



»Durch intensive Beratung und Tests unterschiedlicher Szenarien haben wir gemeinsam mit Wincor Nixdorf die für uns beste Lösung finden können.«

Jan de Heij · Head of Innovation bei Albert Heijn

benen traditionellen Kassen wurden zur Effizienzsteigerung mit BEETLE/NetX-Systemen von Wincor Nixdorf ausgerüstet.

Per Handy bezahlen

Die Automated Checkout-Erfolgsgeschichte geht aber noch weiter. So bietet das neue »Scan&Go« Konzept künftig die Bezahlung der selbst eingescannten Waren auch per Handy. Diese Lösung, bei der die gesamte Bezahl-Transaktion in gerade einmal sechs Sekunden abläuft, eignet sich vor allem für die kleineren Convenience »To Go« Stores von Albert Heijn in Bahnhöfen oder an anderen stark frequentierten Plätzen. Ein Pilot dieser Lösung befindet sich derzeit im »Innovations Cafe«, dem inspirierenden Hotspot zum Innovationsaustausch im Headquarter von Albert Heijn. Sowohl Name wie auch Platz sind gut gewählt, »schließlich gehören Innovationen zu unserem Kerngeschäft«, sagt Jan de Heij, Head of Innovation bei Albert Heijn, und fügt

hinzu: »Durch intensive Beratung und Tests unterschiedlicher Szenarien haben wir gemeinsam mit Wincor Nixdorf die für uns beste Lösung finden können. Dass jetzt weltweit andere Retailer unser Konzept adaptieren, untermauert nur die führende Position von Albert Heijn bei Innovationen.«

PRAXIS-CHECK

- Deutlich verringerte Wartezeiten vor den Checkouts
- Kassierer können für andere Tätigkeiten eingesetzt werden
- Neues Shopping-Erlebnis für Kunden
- Höhere Kundenzufriedenheit
- Imagegewinn durch Einsatz innovativer Checkout-Systeme
- Vorreiter-Stellung im Wettbewerb



ALBERT HEIJN

Die 1887 gegründete Handelskette Albert Heijn gehört heute zur Ahold Gruppe und ist das größte Handelsunternehmen in den Niederlanden. Es verfügt über rund 750 Geschäfte (davon 200 Franchise) in unterschiedlichen Shop-Formaten, wie Supermärkte, XL AH, AH to go und Online-Shops, beschäftigt rund 55.000 Mitarbeiter (ohne Franchise) und führt fünf eigene Marken.

www.ah.nl