

SB-Kassen: Der Anfang ist gemacht

Die aktuelle EHI-Marktanalyse zur Verbreitung von Self-Checkout-Systemen in Deutschland zeigt: Rund 320 Handelsmärkte bieten heute ihren Kunden die Möglichkeit, den Scan- und Bezahlvorgang selbst in die Hand zu nehmen.

Frank Horst



Self-Checkoutzone bei Edeka Fiedler in Kiel

Foto: ITAB

Im Rahmen EHI Self-Checkout Initiative (www.self-checkout-initiative.de) war es das Ziel, eine Marktübersicht der in Deutschland existierenden Self-Checkout- und Self-Scanningssysteme zu erstellen – ohne Berücksichtigung reiner Self-Payment-Systeme, also ohne Berücksichtigung von installierten Automaten, wo Kunden ausschließlich den Bezahlvorgang, nicht aber den Registriervorgang selbst durchführen.

Die aktuelle EHI-Markterhebung (Stand August 2015) zum Einsatz von Self-Checkout-Systemen und Self-Scanning-Systemen in Deutschland zeigt, dass in 295 Märkten Self-Checkout-Systeme genutzt werden können und in weiteren 25 Märkten das sogenannte Self-Scanning angeboten wird.

Bei den installierten Self-Checkout-Systemen in 295 Märkten kommen derzeit insgesamt rund 2.150 Selbstzahlerkassen zum Einsatz. Den Großteil der Self-Checkout-Kassen können Kunden nach wie vor bei den bekannten Vorreitern der Selbstzahlerkassentechnologie Ikea und Real nutzen. Mit Ausnahme von Ikea und einigen weni-

gen selbstständigen Unternehmen bieten fast alle Geschäfte ihren Kunden durchgängig beim Self-Checkout die Möglichkeit der Barzahlung an.

Im klassischen Lebensmitteleinzelhandel gibt es derzeit knapp 150 Märkte, die typischerweise jeweils 4 Self-Checkout-Kassen einsetzen. Neben den Real-Märkten mit der höchsten Anzahl von SCO-Märkten und Installationen bieten die Unternehmen Familia-Nord sowie vorwiegend selbstständige Einzelhändler der Unternehmensgruppen Edeka und Rewe den Self-Checkout an. In den letzteren 3 Unternehmensgruppen sind jeweils 15 bis 26 Märkte zu finden. Hinzu kommen Installationen beim Cash & Carry-Betreiber Selgros. Außerhalb des Lebensmittelsektors sind Selbstzahlerkassen praktisch nur bei Ikea und in den Bauhaus-Baumärkten zu finden.

Barzahlung gewünscht

98 Prozent der Lebensmittelhändler bieten den Kundenwünschen entsprechend SB-Kassen mit Barzahlungsmodulen an, obwohl

dies hohe Kosten und aufwändige Instandhaltung bedeutet. Die sogenannten Cash-Systeme erhöhen die Anschaffungsinvestition von SB-Kassen um rund ein Drittel. Hinzu kommt eine höhere Wartungsintensität als bei Kartenzahl-Modulen. Auf den Gesamtmarkt bezogen, können Kunden in 75 Prozent der Märkte mit Selbstzahlerkassen ihre Einkäufe in bar bezahlen.

Zu den größten Self-Scanning-Anbietern gehört seit 2010 als Pionier das Unternehmen Feneberg mit derzeit 14 Märkten. Globus und Tegut bieten in jeweils 3 Märkten diese optionale Einkaufsmöglichkeit an sowie die Edeka-Südwest in einem Regiemarkt und bei 3 weiteren selbstständigen Einzelhandelspartnern. Hinzu kommt noch eine Installation bei einem selbstständigen Partner der Edeka Nordbayern. Typischerweise stehen in diesen Märkten jeweils rund 60 Handscanner für den Kundeneinsatz zur Verfügung.

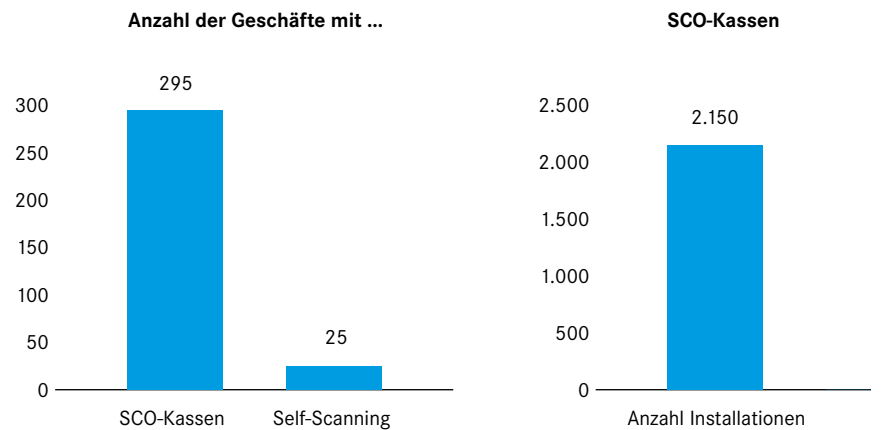
Mobiles Self-Scanning

Beim Self-Checkout-System führt der Kunde den Registrier- und Bezahlvorgang selbst durch. Er scannt am Ende des Einkaufs selbst jedes einzelne Produkt und verpackt es in bereitgestellte Tüten oder mitgebrachte Taschen. Self-Checkouts ergänzen immer die konventionellen Kassen, und der Kunde entscheidet immer erst unmittelbar vor dem Bezahlvorgang, welche Kassenabwicklung er wählt. Self-Checkout-Systeme sind tendenziell für kleinere Einkäufe geeignet, in der Regel bis zu 15 Artikeln. In der Praxis werden an Self-Checkout-Systemen Durchschnittsbons von 4 bis 9 Artikeln registriert. Unterschiedliche Sicherheitssysteme wie Personalassistenten, Gewichtskontrollen, Kameras oder zusätzliche Ausgangsschleusen gewährleisten eine vollständige Warenerfassung.

Zum mobilen Self-Scanning entscheidet sich der Kunde bereits beim Betreten eines Geschäfts und scannt die Artikel während des Einkaufs selbst ein. Das Lesegerät wird am Eingang des Marktes beispielsweise nach Identifikation durch eine Kundenkarte ausgegeben. Am Ende des Einkaufs werden alle Daten in das Kassensystem übernommen. Kunden können während des Einkaufs die einzelnen Artikel scannen und behalten jederzeit den Überblick über die aufgelaufene Kaufsumme. Sie sparen Zeit beim Bezahlvorgang, da die Artikel beim Bezahlen nicht mehr aus dem Einkaufswagen bewegt werden müssen. Nach dem Einkauf gibt der Kunde das Gerät an einer bedienten Kasse oder an einem Bezahlautomaten ab, die Daten werden in das Kassensystem übernommen und die Bezahlung kann bar oder unbar erfolgen.

Vorteil dieses Systems gegenüber dem stationären Self-Checkout: Der Kunde nimmt den Artikel nur einmal in die Hand, nämlich beim Scannen der Ware am Regal, und kann dann ohne Umpacken der Waren an der Kasse seinen Einkauf beenden. Auch größere Einkäufe sind problemlos zu hand-

Markterhebung Self-Checkout- und Self-Scanning-Systeme



Quelle: EHI

haben. Um Sicherheitsaspekten zu genügen und bewusste Manipulationen oder unbewusste Fehler weitestgehend auszuschließen, werden die Warenkörbe in der Regel stichprobenweise durch eine Kassenkraft kontrolliert.

Setzt man die im Lebensmittelhandel im Einsatz befindlichen rd. 620 SCO-Kassen in Relation zu den fast 200.000 her-

kömmlichen Kassen, so wird schnell deutlich, dass diese Systeme noch eine untergeordnete Marktbedeutung besitzen. Jedoch ist zu berücksichtigen, dass nicht jedes Lebensmittelgeschäft und jeder Standort für Selbstzahlerkassen eignen.

horst@ehi.org

Quelle: www.retailtechnology.de