



Foto: Metro Group

WINFRIED LAMBERTZ

High-Tech an der Kasse

SB-Technologien am Checkout helfen dem Handel, Prozesse zu optimieren und die Produktivität zu steigern. Vor allem Kunden mit kleineren Einkaufskörben profitieren von kürzeren Wartezeiten an der Kasse. Trotz unbestrittener Vorteile des Selfscannings steht der Roll-out im deutschen Handel allerdings noch aus.

► Bücher im Online-Shop, Flugtickets am Quick-Check-in, Bargeld aus dem Bankautomaten – für den Verbraucher ist der Umgang mit modernen SB-Technologien längst zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Handel, Flughafenbetreiber und Banken begrüßen den Trend zur kundenaktiven Selbstbedienung, trägt sie doch dazu dabei, die Abläufe zu optimieren und die Prozesskosten im Griff zu behalten. Dem Verbraucher können SB-Automaten ein Plus an Service bieten, zum Beispiel dann, wenn das lästige Schlange Stehen am Schalter oder an der Kasse entfällt.

Vor allem im Einzelhandel ist das Warten vor den Checkout-Kassen das größte Ärgernis beim Einkauf. Zwei Drittel aller Kunden nennen das Schlange Stehen an der Kasse, so das Ergebnis einer Studie von Marlin Research, als den größten Störfaktor. Eine schnelle Kassenabfertigung zählt nach einer Untersuchung des

FMI zu den TOP 10 Einflussfaktoren bei der Einkaufsstättenwahl. Kein Wunder, dass der Einzelhandel nach Lösungen sucht, die Kundenzufriedenheit am Checkout zu erhöhen. Hinzu kommt, dass der Handel durch den Einsatz von SB-Technologien die Prozesse am Checkout rationalisieren kann, wenn der Kunde in die Abwicklung integriert wird. Stationäre Selfcheckout-Terminals oder auch das mobile Selfscanning, bei dem der Kunde während des Einkaufs die Artikel mit einem Handscanner erfasst, haben sich im europäischen Einzelhandel längst etablieren können. NCR verweist auf eigene Zahlen, nach denen jede Woche über 6,5 Mio. Verbraucher in rund 1.200 Geschäften in Europa die Selbstzahlkassen des Marktführers nutzt. Die „FastLane“, so der Name des SB-Terminals mit integrierter Scan- und Bezahltechnik, ergänzt die konventionellen Checkout-Kassen großer Filialisten wie Tesco,

Sainsbury's, Marks & Spencer in UK, Casino Group in Frankreich, FNAC und Alcampo in Spanien und Auchan, Coop Italia und Bennet in Italien. In Deutschland ist die Metro Group der zurzeit führende Anwender von Selfscanning-Technologien im Handel. Selfcheckouts ergänzen konventionelle Kassenplätze in Real-SB-Warenhäusern, Cash&Carry-Großmärkten und seit einigen Monaten in einer süddeutschen Saturn-Filiale.

Neben der Metro Group betreiben in Deutschland auch Edeka, Bunting, Bartels-Langness und Peek & Cloppenburg Testinstallationen. Von einem flächendeckenden Roll-out wie in anderen Ländern ist der deutsche Handel allerdings noch ein gutes Stück entfernt. Das bestätigen auch die Ergebnisse der aktuellen EHI-Studie „Kassensysteme 2008“. Auf die Frage: „Sind Selfcheckout-Systeme in Ihrem Unternehmen im Einsatz?“ antworteten knapp 80 Prozent der befragten Händler mit

„nein“. Immerhin planen gut ein Drittel der Unternehmen den Einsatz dieser Technologien in der Zukunft (vgl. Chart).

„Die heutigen Selfscanning-Lösungen kranken daran, dass sie alle technologie- und nicht kundenorientiert sind“, glaubt Marcus Kossmann, Vertriebsleiter beim IT-Lieferanten AWEK den Hauptgrund für die schleppende Marktdurchdringung erkannt zu haben. Pilotinstallationen von SB-Kassenautomaten mit Vor- und Nachlaufbändern, an denen der Kunde mit größeren Warenkörben ihre Einkäufe selbst registrieren, einpacken und bezahlen, sind nach Kossmanns Einschätzung von vorneherein zum Scheitern verurteilt, zumal sie ihm auch keinen Zeitgewinn im Vergleich zum bedienten Checkout ermöglichen.

Schneller bei kleinem Einkauf

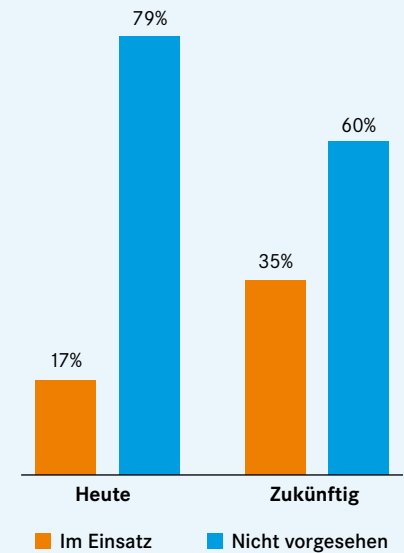
Zeitstudien des EHI geben Kossmann recht: Während Kassiererinnen einen Artikel in durchschnittlich 2,2 bis 2,6 Sekunden einscannen, braucht der SB-Kunde dafür mehr als dreimal so lange, nämlich volle acht Sekunden. Das bedeutet, dass ein großer Waren-

korb mit mehr als 30 Artikeln in Bedienung in etwas über einer Minute komplett erfasst ist, in Selbstbedienung aber erst in vier Minuten. „Mehr als 10-15 Artikel im Einkaufskorb machen für Selfscanning keinen Sinn“, ist Marcus Kossmann überzeugt.

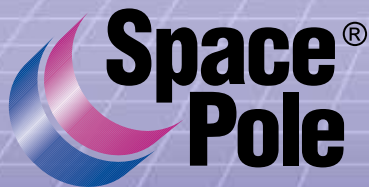
Wer als Händler das zweifellos vorhandene Potenzial von Selfscanning-Technologien ausschöpfen will, muss sich mit diesem Thema intensiv auseinandersetzen. „Eine Blechkiste zu kaufen, sie aufzustellen und alles weitere dem Kunden zu überlassen, das kann nicht funktionieren“, hat es ein NCR-Manager einmal treffend formuliert. Was ist zu beachten, damit automatisierte Scan- und Bezahlstationen den gewünschten Nutzen stiften? „Erfolgsentscheidend ist die Kombination aus individuellen Marktanpassungen der Technik, Schulungen der Mitarbeiter und einer zielgerichteten Werbung und Information“, sagt Hildegard Gerhardy von IBM. Die Marketingmanagerin ist fest davon überzeugt, dass auch die Kunden im deutschen Einzelhandel Selfcheckout-Technologien gerne nutzen würden, wenn sie denn angeboten würden. Ein Hauptziel von Pilotinstallationen müsse es sein, die Gewöh-

Einsatz von Selfcheckouts

Sind Self Checkout-Systeme in Ihrem Unternehmen im Einsatz? Sind Self Checkout-Systeme für die Zukunft vorgesehen?



Quelle: EHI Retail Institute



ERGONOMISCH • FLEXIBEL • PLATZ SPAREND

PERFEKTE INSTALLATIONS-MÖGLICHKEITEN

- Schafft zusätzlichen Arbeitsplatz
- Ergonomisch einstellbare Systeme
- Erleichtert Kabel Management
- Integration in neue oder existierende Arbeitsplätze



Bildschirm Montage

Diebstahl sichere Lösung



ergonomic solutions

Kammerratsheide 43, 33609 Bielefeld,
Germany
Tel: + 49 521 986 24 0
info@ergonomic-solutions.de
Web: www.ergonomic-solutions.net



EuroShop

The Global Retail Trade Fair
Düsseldorf, Germany
23. - 27. 2. 2008

Halle 6 - B57

DIE ULTIMATIVE LÖSUNG FÜR PLATZPROBLEME AM POS

Selfcheckout bei Edeka Hieber ▾



Foto: IBM

nung der Kunden an die SB-Geräte zu fördern und zu beschleunigen. Gerhardy: „Sehr wichtig ist, dass der Kunde über eine graphische Benutzeroberfläche intuitiv durch das System geführt wird“.

Nicht zuletzt gilt es, den passenden Typ aus den unterschiedlichen Varianten des Selfscanning zu finden:

- Integrierte Scan- und Bezahlstationen, die es dem Kunden erlauben, seinen Einkauf vollständig an einem Punkt selbständig abzuschließen
- Trennung von Scanning und Bezahlen, wobei der Kunde selbst oder eine professionelle Kassierkraft das Scanning durchführt und der Kunde an einem Automaten bezahlt
- Mobile Selfscanning-Lösungen: Der Kunde erfasst die Artikel bereits während des Einkaufs am Regal mit einem

Handscanner, bevor er sie in den Einkaufswagen legt.

Edeka-Händler Jörg Hieber zum Beispiel hat sich in drei seiner Supermärkte für den Einsatz von je vier Selfcheckoutgeräten mit integrierter Scan- und Bezahlfunktion entschieden. Die gemeinsame Projektarbeit mit den Firmen AWEK, Harr und IBM sei für alle Beteiligten sehr zufriedenstellend verlaufen, berichtet Hildegard Gerhardy. Genutzt wird der Selfcheckout vor allem als Schnellkasse von Kunden mit kleineren Einkaufskörben.

Bezahlen per Fingerprint

Bezahlen kann der Edeka-Kunde am Selfcheckout u.a. per Fingerprint. Die Fingerabdruck-Analyse gehört zu den sichersten biometrischen Anwendungen und findet heute

INTERVIEW

„Die Marktreife erlangt“

Lothar Wolf, Leiter Marketing BD Retail Cash Management bei Wincor Nixdorf, sagt, worauf es bei Selfcheckouts ankommt.



Lothar Wolf



Leiter Marketing BD Retail Cash Management, Wincor Nixdorf

„Engere Zusammenarbeit zwischen IT und Ladenbau“

rt: Selfcheckout-Installationen in Deutschland werden mehr. Hat die Technologie endlich die notwendige Marktreife erlangt?

WOLF: Absolut. Selfcheckout-Lösungen sind bereits in größeren Stückzahlen in Europa installiert. Die Erfahrungen sind sehr positiv. Das betrifft die Zuverlässigkeit wie auch die Kundenakzeptanz. Es ist jetzt wichtig, dass Selfcheckout-Systeme eine höhere Durchdringung im Markt erreichen, damit die Abläufe und die Bedienung für die Verbraucher vertrauter, das heißt zur Gewohnheit werden. In der Bankenindustrie wurden die Geldausgabeautomaten Anfang der achtziger Jahre eingeführt. Heute ist der SB-Prozess Standard. Die gleiche Entwicklung gibt es nun im Handel.

rt: Wo liegen heute die Herausforderungen bei der Einführung von SB-Systemen?

WOLF: Die Herausforderung liegt in der Heterogenität des Handels. Diese ist geprägt durch unterschiedliche Segmente, Vertriebschienen,

Betriebsgrößen oder das Sortiment. Aber auch die Größe des Warenkorbs, der Durchsatz oder die Kundenströme im zeitlichen Verlauf sind kritische Faktoren. Es ist deshalb sehr wichtig, diese Einflussfaktoren sowie auch die internen Prozesse bei der Gestaltung der Lösung zu berücksichtigen. Eine Lösung, die vom Kunden nicht akzeptiert wird, ist kontraproduktiv. Deshalb sind Ergonomie, Usability und intuitive Abläufe ebenso wie Marketingmaßnahmen wichtige Bausteine zur Verbesserung der Akzeptanz beim Verbraucher. Die Reorganisation der Checkout-Prozesse muss ganzheitlich gesehen werden und erfordert eine engere Zusammenarbeit zwischen den Anbietern von IT-Systemen und dem Ladenbau um hinsichtlich Durchsatz, Kundenzufriedenheit und Produktivität bestmögliche Lösungen zu erzielen.

rt: Sollte ein Händler also heute seine bedienten Kassen abbauen und dafür SB-Stationen platzieren?

WOLF: Wir sehen derzeit noch die Notwendigkeit, Mischkonfigurationen anzubieten, da ein signifikanter Anteil der Kunden auf die gewohnte Lösung nicht verzichten möchte. Darüber hinaus muss für die SB-Systeme eine gute Auslastung gegeben sein, um die Rentabilität zu gewährleisten. Deshalb ist der für den Abbau von konventionellen Kassen und der Installation von SB-Systemen eine bestimmte Marktgröße notwendig. Die Nutzungsrate hängt natürlich auch davon ab, dass die Lösung die Zusammensetzung der Warenkörbe berücksichtigt. •

Das Interview führte Marco Atzberger, EHI Retail Institute

am Point of Sale zunehmende Verbreitung. Weil nur registrierte Nutzer Zugriff auf die Kasse haben und weil jede Buchung individualisiert ist, wird durch diese Technik betrügerisches Verhalten erschwert bzw. kann leichter aufgedeckt werden. „Wir empfehlen dem Handel, Selfcheckouts nur dann einzuführen, wenn er eine Kundenkarte ausgibt oder ausschließlich über elektronische Zahlungsverfahren kassiert“, unterstreicht AWEK-Manager Marcus Kossmann die Bedeutung des Sicherheitsaspekts. AWEK hat für Edeka ein kompaktes Terminal geliefert, an dem ausschließlich über Fingerprint bezahlt werden kann. Auch andere IT-Anbieter haben für den Einzelhandel praxiserprobte Komplettlösungen im Programm, zum Beispiel Wincor Nixdorf mit dem Fingerprint Reader SFR-3000UA oder Toshiba Tec, die ihr Managementsystem „storeMate POS“ vor kurzem um ein fingerprintbasiertes Zahlungssystem von it-Werke Technology erweitert haben.

Die Spar-Österreich setzt bei ihrem aktuellen Selfcheckout-Projekt im Eurospar-Markt Linz-Kleinmünchen auf Selfcheckout-Technologie von Wincor Nixdorf. Sechs konventionelle, mit „Beetle“-Systemen ausgerüstete Kassenplätze wurden vor wenigen Wochen durch zwei Selfcheckout-Automaten ergänzt. Spezielle Anforderung der Spar Österreich dabei: Die Hardware sollte in einen von Spar und dem Kassentischhersteller Storebest eigens entwickelten Tandem-Kassentisch integriert werden. Entsprechend den Vorgaben der Spar hat Wincor Nixdorf die Hardware-Module Scanner, Touch-Farbdisplay, Bondrucker sowie Münz- und Notenrecycler in den Tandem-Kassentisch integriert. Für beide Selfcheckout-Terminals steht ständig eine Mitarbeiterin bereit, um die Kunden bei Bedarf zu unterstützen. Ob die Integration von Scan- und Bezahltechnik in ein Selfcheck-

out-Terminal oder ein separates Payment-Terminal als Ergänzung zur reinen Erfassungsstation die bessere Lösung ist, hängt von den jeweiligen Anwendervoraussetzungen ab. Die Metro Group setzt an einem Real-Storestandort in Mülheim-Kärlich seit 2006 auf die Trennung von Registrieren und Bezahlen. Nachdem zunächst alle Kunden des SB-Warenhauses unabhängig davon, ob sie ihre Einkäufe selbst oder durch eine Kas-

siererin erfasst hatten, zum Bezahlen an einen Automaten verwiesen wurden, hat der Kunde heute wieder die Wahl, auch konventionell zu bezahlen. Wie immer, lernt man über die Kundenakzeptanz erst aus der Erfahrung. Dafür sind Pilotanwendungen schließlich da. •

Kontakt:
redaktion@ehi.org

So leicht kann Scannen sein.



- Windows® CE® 5.0
- sehr ergonomisch und nur 145g leicht
- Highspeed Laserscanner mit Vibrationsbestätigung
- WLAN, IrDa, Bluetooth® und Voice-Recorder
- QVGA-Farbdisplay
- robust, staub- und spritzwassergeschützt nach IP54



Der Arbeitsalltag im Einzelhandel und Lager ist ganz schön anstrengend. Kein Wunder, dass das neue DT-X7 dort besonders willkommen ist. Mit seinem geringen Gewicht, dem mittigen Balancepunkt und der ganz besonderen Ergonomie garantiert es ermüdungsfreies Arbeiten. Mit einer Hand und ohne lästiges Umgreifen, auch mit schlanken Frauenhänden. Bluetooth®,

IEEE802.11b/g-WLAN, IrDA, 64MB Speicher und das gestochen scharfe QVGA-Farbdisplay in Verbindung mit Sturzschutz sowie Schutzklasse IP54 gegen Staub- und Spritzwasser erlauben die einfache Umsetzung vielseitiger Anwendungen unter Windows® CE®. Für weitere Informationen nehmen Sie jetzt Kontakt zu uns auf.