



Foto: Wincoor Nixdorf

KLAUS MANZ

# Self-Checkout goes Nonfood

Gute Kundenakzeptanz im Lebensmittelhandel macht Lust auf mehr: Auch Nonfood-Filialisten investieren inzwischen in Self-Checkout-Systeme. Ikea zum Beispiel stellt die Automaten flächendeckend in allen deutschen Filialen auf.

► Saturn hat den Testlauf erfolgreich abgeschlossen. Nach guter Kundenresonanz in der Pilotfiliale Ingolstadt hat die Metro-Tochter begonnen, in jedem neu eröffneten Markt von vornherein SB-Kassen zu installieren. Seit Anfang 2009 können die Saturn-Kunden inzwischen in den Häusern Ingolstadt, Marl, Bochum, Bocholt, Fürth, Erlangen, Passau, Wuppertal, Duisburg, Esslingen, Berlin-Zehlendorf, Karlsruhe und Gießen selbst kassieren.

„Wir konnten feststellen, dass unsere Kunden, die zu einem guten Teil an technischen Innovationen interessiert sind, diese neue Bezahlmöglichkeit sehr gut annehmen“, sagt Werner Endres, IT- und Organisationsleiter bei Saturn. Konkrete Zahlen zu den Umsatzanteilen, die per Selbstbedienung abgewickelt werden, will man allerdings nicht nennen. Jedenfalls gehen vorwiegend kleinvolumige, wenig erklärungsbedürftige Mitnahmeartikel über die SB-

## rt Verbreitung von Self-Checkouts

|                               | NCR  | Wincor Nixdorf                             | IBM                | DigiPos | Awek  |
|-------------------------------|--|--|--------------------|---------|---|
| SCO-Handelskunden weltweit    | 126  | 38   | k. A.              | 3       | 1   |
| SCO-Handelskunden Deutschland | 1  | 7  | k. A.              | 0       | 1   |
| Anzahl install. SCO-Terminals | mehr als 50.000  | ca. 1.500                                  | k. A.              | k. A.   | 5   |
| Installationen (u. a.) bei    | Marks & Spencer, Tesco, Coop, Sainsbury's, Boots, Fnac, Carrefour, Auchan, Metro | Delhaize, Saturn, Systeme U, Billa, Auchan | Real, Edeka Simmel | k. A.   | Supermärkte der Edeka Südwest und Südbayern |

Stand Januar 2009. Alle Infos in der Tabelle beruhen auf den Angaben der Hersteller. Die Angaben beziehen sich ausschließlich auf komplette Self-Checkout-Installationen. Hersteller von Teilsystemen und Installationen von Teilsystemen, etwa zum Bezahlen oder zum Scannen, sind nicht berücksichtigt.

Kassen. Mit einem integrierten Handscanner lassen sich aber auch größere Artikel wie Drucker oder Flachbildschirme einscannen. Die Terminals vom Typ „Scan&Bag“ bei Saturn stammen von Wincor Nixdorf, vier Automaten ersetzen (je nach Marktgröße) im Normalfall zwei von acht bedienten Kassenplätzen. Künftig wird bei Saturn eine neue Automaten-Generation zum Einsatz kommen. Diese Geräte sollen noch kompakter und einfacher zu bedienen sein. Vor allem aber werden Cash-Recycler integriert sein, die das ständige Nachfüllen von Bargeld unnötig machen. Auch Ikea geht in die Vollen, was Self-Checkouts betrifft. Bis Ende 2008 testete das schwedische Unternehmen in den beiden Einrichtungshäusern Sindelfingen und Dresden die SB-Bezahltechnologie, ab Februar 2009 beginnt der flächendeckende Rollout. Bis zum Ende des Geschäftsjahres am 31. August 2009 sollen alle 43 deutschen Häuser mit Expresskassen ausgestattet sein. Dabei werden bis zur Hälfte der 900 derzeitigen Kassen ersetzt – mit jeweils vier SB- auf dem Platz von zwei Bedienerkassen. Unter dem Strich wird Ikea damit 450 konventionelle und 900 SB-Kassen haben. Ikea-Sprecher Kai Hartmann erläutert: „Sowohl die Tests in anderen Ländern als auch die bisherigen Erfahrungen in Deutschland zeigen eine hohe Kundenakzeptanz. Unabhängig von Alter oder Geschlecht wird die Möglichkeit, die Einkäufe selbst zu erfassen und zu bezahlen, sehr gerne angenommen.“

Jenseits der deutschen Grenzen hat Ikea mit SB-Kassen schon reichlich Erfahrung gesammelt. Seit längerer Zeit sind sie in den USA und auch in Schweden erfolgreich im Einsatz, außerdem laufen Tests in acht weiteren europäischen Ländern.

### Zahlreiche Testinstallationen

Die SB-Kassentechnik erreicht also den Nonfood-Sektor – für die Hersteller eine folgerichtige Entwicklung. Ulrich Hieber, Director für Retail, Hospitality and Self-Service Solutions bei NCR: „Unsere Installationen im Nonfood-Bereich belegen diesen Trend – etwa bei der Baumarktkette The Home Depot oder bei Fnac in Spanien.“ Auch Wincor Nixdorf kann auf erste Nonfood-Installationen verweisen – neben Saturn unter anderem beim französischen Sportartikel-Händler Decathlon. Marketing-Director Joachim Pinhammer: „Es zeigt sich, dass die Automated-Checkout-Technologie im Prinzip für alle Handelsformate geeignet ist, die ihr Angebot bereits in Selbstbedienung verkaufen.“

Food-Händler allerdings sind und bleiben die Haupt-Anwender – mit britischen, französischen, belgischen und niederländischen Konzernen als europäische Vorreiter und mit Tesco an der Spitze. Dort stehen in den Formaten Tesco Metro (Nahversorger-



**EuroCIS**  
Europas führende Fachmesse  
für IT und Sicherheit im Handel  
10.-12.2.2009  
Düsseldorf

**InterCard - Ihr zuverlässiger Dienstleister  
für den Zahlungsverkehr**

**Bei uns bekommen Sie die komplette Kartenabwicklung  
aus einer Hand, individuell und kostengünstig  
Wir beraten Sie gerne!**

**Besuchen Sie uns auf der  
EuroCIS in Halle 14 Stand B 48!**





**InterCard AG · Telefon: +49 (0) 89 61445-0 · [Info@intercard.de](mailto:Info@intercard.de) · [www.intercard.de](http://www.intercard.de)**

Märkte), Tesco Extra (Hypermärkte) und Tesco Superstores insgesamt rund 450 SCO-Terminals. Marks & Spencer hat rund 50 Märkte, vom Nahversorger „Simply Food“ bis zu den großen Flagship-Stores, mit Selbstbediener-Kassen ausgerüstet – zumeist Express-Systeme für kleine bis mittlere Warenkörbe, als Ergänzung zu den bedienten Kassenplätzen. Im Schnitt werden dort 18 Prozent der Transaktionen und 9 Prozent des Umsatzes über die SB-Kassen abgewickelt. Der in der SB-Kassenabwicklung führende Markt kommt auf einen Anteil von 40 Prozent der Transaktionen und 25 Prozent des Umsatzes über Self-Checkouts.

Bemerkenswert ist, dass Briten und Franzosen weitestgehend auf stationäre (Express-)Lösungen setzen, während in den Niederlanden und in Belgien mobile Systeme eine größere Rolle spielen. Etwa bei Delhaize: In inzwischen 76 „Le Lion“-Märkten liegen portable, auf Radiofrequenzbasis arbeitende Handscanner in der Eingangszone bereit, mit denen die Kunden die Ware am Regal einscannen. Allerdings fährt Delhaize parallel dazu auch die stationäre Variante. In 17 vorwiegend kleineren Nachbarschaftsläden mit Verkaufsflächen um die 1.500 qm stehen „Quick Scan“-Terminals – ausgerichtet auf kleinere Warenkörbe bis zu zehn Artikeln. Die Delhaize Group, die mit Wincor Nixdorf als Technologiepartner zusammenarbeitet, will das Installationstempo künftig noch steigern: „In zwei bis drei Jahren wird in rund zwei Dritteln unserer belgischen Märkte Self-Scanning möglich sein“, so Tom Engelen, Director Retail Improvement & Store Communication bei Delhaize.

Von solchen Anteilen sind deutsche Händler noch weit entfernt. Nach Beobachtungen des Branchen-Informationsdienstes „Planet Retail“ stehen SB-Systeme hierzulande bislang insgesamt erst in rund 80 Verkaufsstellen – die meisten davon in den Real-SB-Warenhäusern. Die System-Hersteller allerdings sind unisono guten Mutes, dass sich dies baldigst ändern wird. „Viele Händler werden ihre momentane Zurückhaltung aufgeben, wenn erkennbar wird, dass die verfügbaren Konzepte erfolgreich und ausge-reift sind“, hofft Manfred Steinkühler von Awek.

## Hersteller optimistisch

„Nicht zuletzt aufgrund unserer bestehenden Anfragen rechnen wir in den nächsten zwei Jahren mit einer stärkeren Durchdringung des Handels mit unseren Lösungen“, erwartet Ulrich Hieber von NCR. „Dass der Automated Checkout eines der stärksten Wachstumsfelder ist, sehen wir durch erhöhte Auftragseingänge bei uns deutlich gestützt“, ergänzt Joachim Pinhammer von Wincor Nixdorf. Wo in diesem Jahr Testinstallationen anstehen und was in den Auftragsbüchern steht, wird allerdings als Geheimsache behandelt.

Teil-Aussteiger aus dem SCO-Markt ist Awek, die ihr „smartONE“-Terminal seit Jahresbeginn nicht mehr vermarkten und jetzt offiziell mit IBM kooperieren, wobei IBM die Hardware und Awek die

### WINCOR WORLD 2009

## Checkout-Lösungen im Fokus

Zur Hausmesse Wincor World stellte Wincor Nixdorf zusätzliche Modulbausteine vor, die das Angebot zur Automatisierung des Checkouts komplettieren.

► Einige technische Erweiterungen sollen die Prozesse am Selbstbedienungsterminal für den Kunden noch einfacher machen. Zum Beispiel ist es jetzt möglich, das Bezahlterminal direkt an die Ausgangsschranke anzubinden. Hat der Kunde den Bon beglichen, öffnet sich die Schranke automatisch. Damit entfällt für den Kunden die Notwendigkeit, über eine Identifikation mit dem bezahlten Bon die Ausgangsschranke zu bedienen.

Beim mobilen Self-Scanning kann die Autorisierung des Kunden ab sofort auch über die Kreditkarte erfolgen. Bislang war die Autorisierung nur über die unternehmenseigene Kundenkarte möglich. Das Angebot von Wincor Nixdorf deckt nun sämtliche Szenarien am Checkout ab – von der Express-Kasse für kleine Warenkörbe bis zum SB-Terminal für große Einkäufe, vom Mobile-Scanning bis zu den Varianten zur räumlichen Trennung des Scan- vom Bezahlvorgang. Hinzu kommen spezifische Lösungen für die einzelnen Handelsbranchen, etwa für Elektrofachmärkte oder Baumärkte. Gemeinsam mit 40 Partnerunternehmen präsentierte Wincor Nixdorf auf dem jährlich im Januar stattfindenden Branchen-Event rund 600 Exponate zu IT-Lösungen und Dienstleistungen. Neben

### Wincor World 2009: Anziehungspunkt für das IT-Fachpublikum ▼

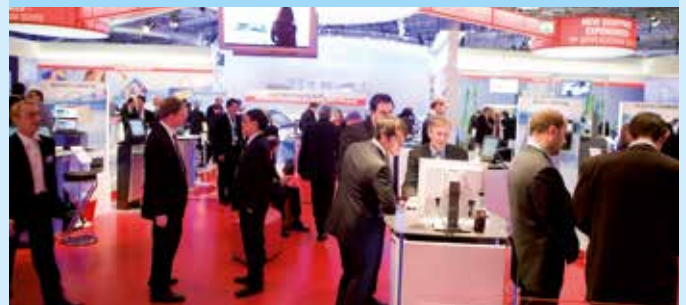


Foto: Wincor Nixdorf

Checkout-Lösungen waren Cash-Management, die Automatisierung von Sales- und Marketingprozessen, Managed Services und Outsourcing die weiteren Fokus-Themen. ●

### Kontakt:

redaktion@ehi.org

# Machen Sie Kasse – mit allen Mitteln!

Peuron® – Der Allerkörper am Point of Sale

Am der Kasse Schlange stehen? Damit ist nun Schluss! Durch die räumliche Trennung von Scan- und Bezahlvorgang sorgt Peuron für höhere Flexibilität bei gleichzeitig höheren Wartezeiten. Mit dem Bezahlterminal Peuron von Gewiss & Dornier ermöglicht der Einzelhändler seinen Kunden die freie Wahl zwischen allen gängigen Zahlungsmitteln: Banknoten und Münzen, EC- oder Kreditkarte, kontaktlos via Handy mit NFC-Technologie, Gutscheine, Kundenkarte oder eine Kombination von diesen. Mit dem bestehenden Personal können Service- und Beratungsfunktionen erweitert und erweiterte Öffnungszeiten abgedeckt werden.

Postfach 80 02 26 • 81 602 München • [www.gd.com](http://www.gd.com)  
Telefon +49 89 4119-0 • Fax +49 89 4119-8320



Gewiss & Dornier

Software beisteuert. Die gemeinsame Lösung ist bereits seit einigen Monaten bei Edeka-Händler Hieber installiert, und zwar mit insgesamt 16 SCO-Systemen in vier Märkten.

Auch der Edeka-Händler Simmel hat Anfang Januar 2009 seinen neu eröffneten Markt in München-Pullach mit Self-Checkouts ausgerüstet. Hier kann man exemplarisch mögliche unterschiedliche SB-Kassen- und Bezahltechniken besichtigen. Das Konzept mit drei verschiedenen Checkout-Lösungen wurde vom Kassensystemhersteller ITAB Germany und von IBM gemeinsam realisiert. Die erste Checkout-Alternative besteht in einer NCR-„FastLane“-Kasse, eine vollautomatische SB-Kasse, die für den schnellen Einkauf weniger Artikel konzipiert ist. Dort scannt und bezahlt der Kunde seine Ware selbst. Für mehrere solcher Stationen steht ein Marktmitarbeiter zur Unterstützung bereit. Die beiden anderen Varianten sind gekennzeichnet durch die Trennung von Warenerfassung und Bezahlvorgang. Bei der ersten Variante scannt eine Kassierkraft die Ware direkt aus dem Einkaufskorb oder -wagen. Der Kunde bezahlt an einer separaten, auch bedienten Zahlstation. Bei der dritten Variante bei Simmel legt der Kunde die Ware „traditionell“ auf ein Vorlaufband, lässt den Einkauf scannen und geht dann mit dem Bon zu einem vollautomatischen Bezahlterminal – oder aber er nutzt die bediente Zahlstation in der „Service-Zone“. Bei der SB-Zahlvariante wird durch eine Schnittstelle zwischen Zahlautomat und Ausgangsanlage kontrolliert, ob der Kunde den Bon beglichen hat.

Ein Wiedereinsteiger im Kreis der Technologieanbieter ist Toshiba TEC. Die Japaner hatten ihre ehemalige SCO-Lösung vor einiger Zeit vom Markt zurückgezogen und stellen auf der diesjährigen EuroCIS ihre neue „2009 Edition“ vor. Weil neu auf dem deutschen Markt, ist die Toshiba-Lösung in der aktuellen Übersicht

der Installationen (s. Tabelle Seite 29) noch nicht berücksichtigt. Ebenfalls nicht Hersteller, die Teilsysteme für den Self-Checkout anbieten wie beispielsweise die Höft & Wessel AG, die zur EuroCIS ein neues mobiles Selfscan-Terminal („skeye dart“) vorstellt.

## Modulare Systeme

Bleiben die drei Großen im SCO-Geschäft: IBM hat neben den Real-SB-Warenhäusern und zwei Edeka-Händlern verschiedene Installationen im US-Einzelhandel aufzuweisen, nennt aber im Gegensatz zu allen anderen Anbietern keine konkreten Zahlen (siehe Tabelle). Wincor Nixdorf nimmt mit rund 1.500 installierten Terminals Platz zwei ein und macht durch den Großauftrag von Ikea einen weiteren Schritt nach vorne. Einsam an der Spitze kreist NCR, dank ihrer Dominanz auf dem US-amerikanischen Heimatmarkt. Aber auch in Europa sind über 8.000 „FastLane“-Terminals installiert, unter anderem bei Marks & Spencer, Sainsbury's und Boots in England, El Corte Inglés, Fnac und Carrefour in Spanien, Casino Group und Monoprix in Frankreich, Dansk in Dänemark. NCR, Wincor Nixdorf und IBM sind Technologie-Firmen, die modulare Komplett-Systeme anbieten. Modular heißt: Es gibt im Prinzip ein Basis-Terminal, das alle notwendigen Bedien-, Einscan- und Bezahlfunktionen erfüllt und (da keine Ablage-Möglichkeiten bestehen) als Checkout für den Kauf von drei bis zehn Artikeln einzusetzen ist. Dieses Basis-Modul kann variabel aufgerüstet werden: durch Packstationen für Warenkörbe um die 20 Artikel sowie durch Zuführ-Stationen und Abführ-Förderbänder, geeignet für große Warenkörbe.

„Quick Scan“-Terminal bei Delhaize ▼



Fotos (2): Wincor Nixdorf

Mobiler Handscanner als Einkaufsassistent ▼





## „Hiesige Händler noch zurückhaltend“



**Björn Weber**, Retail Technology Analyst,  
Branchen-Informationsdienst Planet Retail

Der US-Handel liegt einsam an der Spitze der Installationen. Die meisten amerikanischen Händler haben in vielen ihrer Märkte um die acht stationäre Self-Checkouts installiert. Verglichen mit dem US-amerikanischen und dem britischen Einzelhandel zeigen sich die Händler hierzulande noch immer zurückhaltend, was SB-Checkouts angeht. In diesem Jahr dürfte sich die Zahl der Verkaufsstellen mit stationärem Self-Checkout in Deutschland den Händlern zufolge verdoppeln. Neben der Ikea-Initiative will auch Rewe ihre Fegros/Selgros-Großverbrauchermärkte in 2009 mit Self-Checkouts aufrüsten.

Ihre Praxistests haben die Systeme sowohl hinsichtlich Hard- wie Software weitgehend bestanden – sie haben ein zufriedenstellendes Reifestadium erreicht, die Hersteller arbeiten vorwiegend am Finetuning, etwa in Sachen Design und Benutzerfreundlichkeit. Nach wie vor ein kritischer Punkt allerdings ist die Integration der Systeme in bestehende POS-Landschaften – die Kosten dafür können leicht aus dem Ruder laufen.

Auch deswegen halten sich die Hersteller mit Angaben zu den Preisen der SB-Technik vornehm zurück. Dass solche Hightech-Produkte allerdings relativ teuer sind und schon bei einer Insel-Installation den sechsstelligen Investitionsbereich schnell erreichen, steht außer Frage. Eine auch nur annähernde Berechnung des Return on Investment, der den Investitionskosten einen quantifizierbaren Nutzen gegenüberstellt, ist für den Händler außerdem mit vielen Unabwägbarkeiten behaftet. SB-Kassen sind in Phase eins nicht mehr als ein ergänzendes Service-Angebot für die Kunden. Die nötige Hilfestellung und Überwachung erlaubt zunächst keine Reduzierung der Personalstärken am Checkout. Erst wenn die Akzeptanzquote hoch und der Umgang mit der Technik routiniert ist, beginnt Phase zwei, in der das Unternehmen entscheiden kann, ob Personal reduziert oder zum Ausbau der Serviceleistungen eingesetzt wird.

Die Akzeptanzquoten haben allerdings die noch vor zwei, drei Jahren gehegten Erwartungen von Händlern und Herstellern zwischenzeitlich übertroffen. Bei Delhaize zum Beispiel wird rund 25 Prozent des Umsatzes über Self-Scanning abgewickelt – der Wert variiert je nach Standort zwischen 15 und über 40 Prozent. Marks & Spencer gibt 18 Prozent der Transaktionen und neun Prozent des Umsatzes als Durchschnittswerte an – in dieser Hinsicht führende Märkte kommen auf einen Anteil von 40 Prozent der Transaktionen und 25 Prozent des Umsatzes. Spar Austria und Real sprechen von bis zu 30 Prozent der Kunden, die den SB-Checkout nutzen. ●

### Kontakt:

redaktion@ehi.org



bringen Ihnen SB- und Digital Signage Know-How mit Hintergrundberichten vierteljährlich auf den Tisch. Kostenlos auf Erfolg abonniert!

[www.digitalsignageeurope.com](http://www.digitalsignageeurope.com)

[www.kioskeurope.com](http://www.kioskeurope.com)

Fachmedien von Europas führendem Self-Service und Digital Signage Fachverlag und Eventveranstalter.

