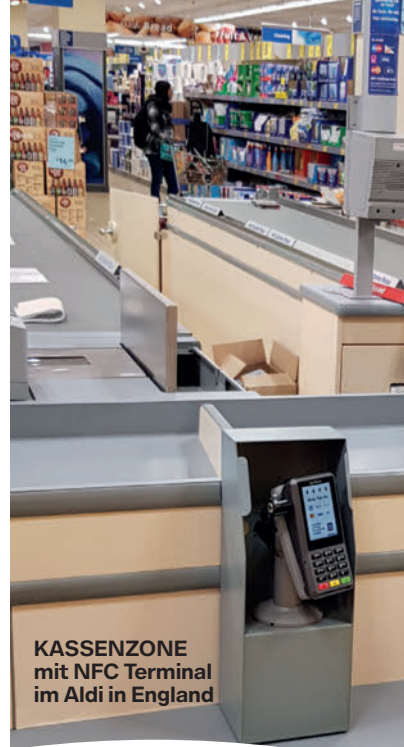




SCO TERMINALS für Karten
im Sainsbury's in London



KASSENZONE
mit NFC Terminal
im Aldi in England



MOBILE SCANNING,
Handscanner im Sains-
bury's in London



SCO-ZONE im Hema by Alibaba
in Shanghai in China



EINGANGSBEREICH
des Amazon Go in San
Francisco/USA



PROF. DR. PETER SCHNEDLITZ (li)
und Hon.Prof. (FH) Dr. Anton Salesny (re)

Interview mit **Hon.Prof. (FH) Dr. Anton Salesny** von
der WU Wien, Institut für Handel und Marketing

Check-Out: Revolution?

- ➔ Trend: Self-Check-Out und Mobile Scanning
- ➔ Amazon Go erstmals mit kassenlosem Supermarkt in Seattle
- ➔ Billa, Merkur und Spar in Österreich am Drücker

INTERVIEW: GREGOR SCHUHMAYER

REGAL: Welche Sortimente sind in der Kassenzone wichtig?

Prof. Dr. Anton Salesny: Im Rahmen meiner Forschung zur Kassenzone habe ich mich auch mit diesem Thema intensiv beschäftigt. Während bei unserem deutschen Nachbarn Tabakwaren einen wesentlichen Stellenwert einnehmen, spielt diese Warengruppe auf Grund der gesetzlichen Rahmenbedingungen in Österreich – ausgenommen etwa in Tourismusregionen – keine wesentliche Rolle. Wenn es um Lebensmittel geht, erwartet der Kunde vor allem Süßwaren, wie Kaugummis,

Schokoriegel, Bonbons, Mints und Pralinen in der Kassenzone. Zusätzlich sind es Getränke und Kleinspirituosen, aber auch Eis. Im Nonfood-Bereich sind es hier etwa Gutscheinkarten, Ladebons und Batterien.

REGAL: Welche Händler sind in Europa und Österreich beim eigenständigen Scannen und Bezahlen im Supermarkt führend?

Salesny: In Österreich finden wir Self Check Out (SCO)-Kassen bei Billa, Merkur und Spar. Es gibt derzeit nur einen Testlauf einer mobile Scanning Lösung – dabei ist anzumerken, dass Mobile Scanning bereits im Jahr 2000 in Österreich getestet wurde. Im europäischen Kontext setzen Frankreich, Großbritannien, die Niederlande und die Schweiz verstärkt auf Do It Yourself Lösungen.

REGAL: Welche Trends sehen Sie in Europa an der Kassenzone?

Salesny: Die Kassenzone befindet sich in einer Transformationsphase vom reinen Kassierprozess zu einem Serviceprozess, in welchem dem Kunden zusätzliche Dienstleistungen wie etwa Click & Collect, Home Delivery, Cashback und Kontoservice angeboten werden. Die Kassenzone wird einerseits zunehmend zum wichtigsten Touchpoint und oftmals zum einzigen Kontakt zwischen Kunden und Unternehmen.

REGAL: Und Mobile Scanning?

Salesny: Ja, eine verstärkte Rolle nehmen Do It Yourself Kassenarten ein. Darunter werden unter anderem Lösungen wie Self-Check-out-Kassen (SCO), wo der Kunde am Ende seines Einkaufs alle Artikel selbstständig erfasst, aber auch Mobile Scanning (auch Scan & Go genannt), wo vom Kunden während des Einkaufs die Artikel mittels Handscanner vom Händler oder eigenem Smartphone erfasst werden, verstanden. Die Bezahlung erfolgt entweder an einer SCO-Kasse, an einem eigenen Bezahlterminal, an einer bemannten Kasse oder direkt am Smartphone. Zusätzlich werden international



KASSENZONE im Trader Joe's in Los Angeles/USA. Im Bild rechts Dr. Anton Salesny.

Lösungen wie Amazon Go, wo der Kunde beim Betreten des Geschäfts einen QR-Code in seiner App am Gate scannt und am Ende seines Einkaufs das Geschäft ohne Stopp an einer Kasse verlässt, oder Boxensysteme, wie etwa in der Schweiz oder China weiterentwickelt.

REGAL: Ist das Self Check Out (SCO) etwas in der Entwicklung stecken geblieben?

Salesny: Ich denke, dass SCO ein schönes Beispiel dafür ist, dass wir es im Handel in der Regel nicht mit Revolutionen, sondern mit Evolution zu tun haben. Waren die ersten SCO-Terminals mit hohem Platzaufwand verbunden und aus heutiger Sicht mit veralteten Scannern ausgestattet, sind neue SCO-Terminals heute platzsparend und mit moderner Scannertechnologie versehen, welche die Bedienung für den Kunden wesentlich erleichtert. Auch der Bedienprozess, so zeigen die von mir international durchgeführten Studien, verändert sich.

„Frankreich, England und Holland sind stark bei SCO.“

HON.PROF. (FH) DR. ANTON SALESNY, WU WIEN, INSTITUT FÜR HANDEL UND MARKETING

Während es in der Vergangenheit üblich war, dass der Kunde jeden Artikel einzeln erfassen und auf einer Wiegefläche ablegen musste, sehen wir international verstärkt, dass zunehmend auf die Gewichtskontrolle verzichtet wird und dies mit einer erhöhten Convenience für den Kunden einhergeht. Zusätzlich versucht man, durch intelligente Bilderkennung für Frischeprodukte wie Obst und Gemüse den Auswahlprozess am Touchscreen zu vereinfachen und gleichzeitig möglichen Etikettenschwindel zu vermeiden.

REGAL: Wo liegen die Vorteile, wo die Nachteile von Self Check Out?

Salesny: Wenn es um SCO-Kassen geht, liegt der Vorteil aus Sicht des Händlers in der Möglichkeit, Spitzenzeiten abfedern zu können und dem Kunden trotz hoher Frequenz einen raschen Check-out zu ermöglichen. Der Kunde kann etwa in seiner Mittagspause seinen kleinen Einkauf, der in der Regel aus unter fünf Artikel besteht, rasch und effizient abschließen. Dies führt uns gleich zum Nachteil: SCO-Kassen sind trotz teilweise größerer Ablageflächen aus meiner Sicht keine Lösung für den Wochenendeinkauf. Gerade mit großem Warenkorb und Gewichtskontrolle subsumieren sich die Fehlerquellen. Dies führt zu einem langen Blockieren des Terminals, zu oftmaligen Frustration des Kunden und zumeist zu einer notwen-



**KASSENZONE
mit Amazon Info
im Whole Foods
Market in den
USA**

digen Unterstützung des Servicepersonals.

REGAL: Amazon Go hat in den USA einen Supermarkt ohne Kassen getestet. Mit Sensoren und Kameras wird angeblich entdeckt, was Kunden einkaufen. Wird sich dieses System durchsetzen?

Salesny: Amazon Go soll die Bedürfnisse des Kunden nach einem einfachen und raschen Check-out befriedigen. Schon 1996 wurde im Rahmen der EuroShop in Düsseldorf eine Lösung mittels RFID-Technologie, welche den Lebensmitteleinkauf revolutionieren sollte, vorgestellt. Der Kunde sollte in Zukunft nur mehr seinen Einkaufswagen durch einen Datenerfassungsbogen durchführen und die Abrechnung des Einkaufs vollautomatisch erfolgen. Die Kosten und Herausforderungen - etwa eine Metalldose im Kühlregal - führten dazu, dass ein betriebswirtschaftlich sinnvoller Einsatz nur unzureichend gelöst werden konnte.

REGAL: Und Amazon?

Salesny: Die Idee von Amazon Go mittels Kombination von unterschiedlichen Technologien, wie etwa Sensortechnologien, mobile Apps, Personenerkennung aber

auch Maschinenlernen, soll nun endlich den langersehnten automatischen Check-out ermöglichen. Ich selbst hatte die Möglichkeit, im Rahmen einer Forschungsreise in die USA dieses System ausgiebig zu testen. Doch wer glaubt, dass dieses System ohne Personal auskommt, der irrt. In den kleinen Convenience-Stores sind in der Regel zwei Servicemitarbeiter anwesend, welche den Prozess zusätzlich monitoren und etwaige notwendige Freigaben durchführen. Spannend ist in diesem Zusammenhang das neue „Amazon Go Grocery“ Store Konzept in Seattle, welches auf größerer Supermarktfäche umgesetzt wurde. Aus heutiger Sicht stellen die hohen Kosten aber eine wesentliche Barriere für eine rasche Verbreitung dieser Lösung dar.

REGAL: Vielen Dank!

gregor.schuhmayer@regal.at

**ProSiebenSat.1
PULS4**

THE COMPANY 4 GAMECHANGERS

GEHEN SIE AUF NUMMER SICHER:

KAUFEN SIE NICHT DIE KATZE IM SACK.

PARTNERSCHAFTLICH INS JAHR 2021.

AUF DIESE TOP-VORTEILE KÖNNEN SIE VERTRAUEN:

- Einzigartige Planungssicherheit ohne Risiko
- Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis
- Höchste Werbewirkung im Bewegtbild-Universum
- Brand Safety garantiert durch bestes Programmumfeld
- Starke Quoten und neue Programmhilights
- Sicherheit durch Stabilität

MEHR INFOS? Kontaktieren Sie uns unter

4brands@prosiebensat1puls4.com oder besuchen Sie **www.prosiebensat1puls4.com**

* Ausgenommen Sporthighlights

