

Kunden nehmen Scanner in die Hand

Feneberg bietet als erster deutscher Händler mobiles Self-Scanning der dritten Generation – Verbraucher sind interessiert

Kempten. Feneberg gibt Kunden in zwei Supermärkten kleine Scanner in die Hand, um den Kassierprozess zu beschleunigen. Es ist der erste Einsatz einer mobilen Self-Scanning-Lösung im deutschen LEH nach dem Scheitern der ersten Generation solcher Geräte vor rund zehn Jahren.

Seit zwei Wochen können Feneberg-Kunden in Kempten und Dietmannsried ihren Einkauf bereits beim Rundgang durch den Supermarkt selber scannen. Danach bezahlen sie entweder bei einer Kassiererin an einer traditionellen Kasse oder an einem SB-Kartenterminal. Ziel des Allgäuer LEH-Filialisten sei „die Steigerung des Einkaufskomforts für die Kunden“, sagt Detlev Klerke, Geschäftsführer der 50-prozentigen Feneberg-Tochterfirma EDV-Service.

Hauptvorteil der mobilen Lösung ist aus der Sicht von Klerke, dass die Kunden ihren Einkauf nicht mehrmals umpacken müssen. Verbraucher identifizieren sich mit ihrer Kundenkarte im Eingangsbereich des Supermarkts und nehmen dann eins der 80 „Einkaufshelfer“ oder „Scanni“ genannten Motorola-Geräte aus einem Gestell. Bei ihrem Gang durch den Markt scannen sie jeden Artikel, bevor sie ihn in den Wagen oder sogar die eigene Tasche legen. Dazu müssen sie lediglich den roten Lichtbalken des Scanners auf den Strichcode richten und eine Taste an dem Gerät drücken. Der kleine Bildschirm des Handhelds zeigt die zehn zuletzt eingelesenen Artikel, den Einzelpreis und die Zwischensumme. Falls jemand einen Punkt auf der Liste

DEUTSCHES PILOTPROJEKT IM ALLGÄU



Mobil statt stationär

Self-Scanning gab es in Deutschland bisher nur an Terminals. Feneberg setzt auf portable Scanner.

Erfolg in Europa

Leclerc, ICA, Waitrose, Albert Heijn und Coop Schweiz haben viele Märkte mit mobilen Scannern.

wieder streichen will, genügt ein Druck auf die Minus-Taste.

Damit erspart sich der Kunde das Ausladen des Einkaufswagens vor dem Kassenband und das erneute Einpacken nach dem Scannen durch eine Kassiererin. Deshalb lohnt sich mobiles Self-Scanning nach Einschätzung von Klerke vor allem für Verbraucher, die viel kaufen. Scanni-Nutzern bei Feneberg stehen zwei Wege des Bezahlers offen: Sie können sich an einer normalen Kasse anstellen, das Gerät an die Kassiererin übergeben und dann wie gewohnt bezahlen. Oder sie können ihren Einkauf an einem SB-Terminal per Karte bezahlen. In beiden Fällen überträgt der Handscanner die Daten per WLAN-Funk an das Kas-

sensystem. In der ersten Woche wählte rund die Hälfte der Scanni-Nutzer die Zahlung an der klassischen Kasse.

Nach Angaben von Klerke hatten sich in den ersten sechs Tagen schon 500 Verbraucher zur Nutzung der Scanni angemeldet und die dafür nötige Feneberg-Einkaufskarte erhalten. Eine Woche nach Einführung liefen bereits 6,5 Prozent des Umsatzes des Kemptener Supermarkts über die Self-Scanning-Lösung. In Filialen von Coop Schweiz, die ein entsprechendes System seit Jahren anbieten, laufen durchschnittlich 20 Prozent des Umsatzes über die mobilen Scanner. Eine Zukunfts-Prognose für Kempten mag Klerke aber nicht abgeben: „Wir wissen nicht, wie wir die deutschen Kun-

den einschätzen sollen.“ Voraussichtlich 2011 wolle Feneberg über einen möglichen Rollout entscheiden.

Als potenzielle Hürde für die Akzeptanz sieht der Manager die Stichproben-Kontrollen, bei denen eine Mitarbeiterin überprüft, ob der Kunde mehr eingepackt als gescannt hat. Wegen des Diebstahlrisikos sei die Ankündigung und Durchführung solcher Kontrollen nötig – doch kein ehrlicher Kunde, der etwas falsch mache, wolle sich „an den Pranger gestellt“ sehen.

Feneberg nutzt Motorola Handscanner des Typs MC 17 und Software des niederländischen Spezialisten Re-Vision. Als Consulting-Unternehmen ist die Bütema-Tochter ABC Retail an dem Projekt beteiligt. Über ein Gateway von Re-Vision speisen die Geräte den Bon-Inhalt in das alte Kassensystem von Feneberg ein.

Für Motorola hat das Projekt Vorzeigecharakter. In den vergangenen Jahren haben viele Händler in Europa in mobile Systeme investiert. So hat Leclerc in Frankreich 180 Märkte mit Handscannern ausgestattet, ICA in Schweden 150, Waitrose in Großbritannien 120, Albert Heijn in den Niederlanden 100 und die Coop Schweiz 75. Nur in Deutschland war Funkstille, seit der Einsatz der damals verfügbaren Handscanner vor über zehn Jahren bei Tengelmann, Reichelt und Karstadt an mangelnder Kundenakzeptanz scheiterte. Klerke geht davon aus, dass sich seitdem zwei Dinge geändert haben: Die Software-Ergonomie der dritten Gerätegeneration sei deutlich besser. Und Handys sowie andere digitale Geräte hätten zu einer Gewöhnung der Menschen an Kleincomputer geführt. Jörg Rode/lz 40-10