

# Feneberg: „Startschuss für die Einführung mobiler Self-Scanning-Angebote in Deutschland“

Interview mit Norbert Rickert, Sales Director Central Europe, Motorola Solutions



Norbert Rickert verantwortet seit Januar 2010 als Sales Director Central Europe bei Motorola Solutions den gesamten Endkunden-Vertrieb im Bereich Unternehmensmobilität - Scanner, mobile Computer, drahtlose Netzwerke, RFID. In dieser Funktion betreut er beispielsweise Transport und Logistik, Handel, Industrie und Versorger. Quelle: Motorola

EuroShop-Interview mit Norbert Rickert, Sales Director Central Europe, Motorola Solutions, „Einkaufshelfer“ - so nennt Feneberg aus Kempten seine neuen mobilen Kunden-Scanner von Motorola. Der Lebensmittelhändler mit rund 80 Filialen im Allgäu, in Oberschwaben und Oberbayern hat gerade Self-Scanning in zwei Märkten eingeführt. Die Kunden scannen selbst und bezahlen an der Kasse oder am EC-Automaten. Dazu benötigen sie eine neue kostenlose Kundenkarte. Im Interview beantwortet Norbert Rickert, Verkaufsleiter von Motorola für Deutschland und Luxemburg, unsere Fragen zu dem Projekt und zu Self-Scanning in Deutschland.

## Warum setzt Motorola auf mobile Handterminals statt auf SB-Kassen?

Mobile Self-Scanning-Lösungen bieten Kunden und Retailern gegenüber stationären SB-Kassen viele Vorteile. Dazu gehört, dass Kunden während des gesamten Einkaufs begleitet werden. Der Kunde nimmt im Supermarkt ein Produkt aus dem Regal, scannt es und legt es in den Einkaufswagen. Am Check-out muss er die Ware nicht mehr aus dem Wagen herausnehmen. Ein weiterer Vorteil ist die Möglichkeit, Nutzer während des gesamten Einkaufs flexibel mit Informationen zu versorgen, die sie über das intuitive Display abrufen können. Über das Self-Scanning-Terminal erhalten sie außerdem jederzeit eine aktuelle Zwischensumme ihres Einkaufs und können auf Hintergrundinformationen zur Produktherkunft oder Rezeptvorschläge zugreifen. Gleichzeitig sind die Händler in der Lage, Kunden personalisierte Cross-Selling-Angebote einzublenden. Mit dem mobilen Self-Scanning sparen Konsumenten deutlich mehr Zeit beim Einkaufen und genießen mehr Service als beim stationären Self-Service-Check-out.



Die Aufbewahrungswand für den Feneberg Einkaufshelfer

## Self-Scanning war nicht erst seit der letzten EuroCIS ein wichtiges Thema bei den Ausstellern. Warum dauert es so lange, bis der Handel mitmacht?

Bei unseren europäischen Nachbarn - beispielsweise in den Niederlanden oder Frankreich - wird das mobile Self-Scanning bereits seit mehreren Jahren erfolgreich eingesetzt. Diese umfassenden Erfahrungen, auf die speziell auch Motorola als Marktführer im Bereich Portable Shopping Systeme (PSS) zurückgreifen kann, liefern deutschen Handelsunternehmen heute wichtige Vergleichswerte. Mit der neuen Gerätegeneration des Motorola MC17 haben wir eine Lösung auf dem Markt, die durch leichte Bedienbarkeit und ein handliches Design besticht. Mit Feneberg ist der erste Kunde im deutschen Lebensmitteleinzelhandel vor wenigen Tagen mit einer mobilen Self-Scanning-Lösung gestartet. Ich bin mir sicher, dass weitere Retailer folgen werden.

Dass das Thema mittlerweile verstärkt diskutiert wird, zeigt auch eine aktuelle Untersuchung des EHI Retail Institutes zum Thema „Kassensysteme 2010“. Demnach plant ein Drittel der Retail-Unternehmen, mittelfristig Self-Service-Systeme einzusetzen.



Motorola MC17 am Feneberg Einkaufswagen

## Wie viel Personal kann der LEH durch Self-Scanning realistisch betrachtet einsparen?

Handelsunternehmen führen die mobilen Self-Scanning-Lösungen in erster Linie ein, um die Kundenbindung durch mehr Service zu erhöhen sowie Mitarbeiter an der Kasse zu entlasten. Durch das Self-Scanning reduziert sich der Scan-Aufwand am Check-out deutlich. Gleichzeitig können die Kassierer die Mitarbeiter auf der Verkaufsfläche unterstützen - ein weiteres Plus für den Kundenservice.

## Sie sehen einen großen Schritt für Self-Scanning mit dem Feneberg-Projekt. Was macht Sie so optimistisch?

Feneberg ist das erste Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, das die mobile Self-Scanning-Lösung im Regelbetrieb einsetzt. Dass die Supermarktkette die Motorola Technologie gleich in zwei Märkten einführt, unterstreicht die große Bedeutung des portablen Shopping-Systems für das Unternehmen und hat Vorbildcharakter für andere Händler. Wir sehen die Zusammenarbeit mit Feneberg als Startschuss für die breitere Einführung mobiler Self-Scanning-Angebote in Deutschland.

## Was waren die wichtigsten Schritte auf dem Weg zum jetzigen Projektstart?

Wir haben die Feneberg Einführung sorgfältig geplant und die mobile Self-Scanning-Lösung in enger Abstimmung mit dem Unternehmen sowie unseren Software- und IT-Prozesspartnern Re-Vision und ABC Retail an die individuellen Anforderungen angepasst. Dazu gehörte auch die Anbindung des Systems an die IT-Umgebung von Feneberg sowie die Entwicklung einer Feneberg-spezifischen Benutzeroberfläche.

## Haben Sie größere Hoffnungen auf kleinere Lebensmittelhändler wie Feneberg? Sind die Großen schwerer zu überzeugen?

Beim Entscheidungsprozess unserer Kunden sehen wir keine Unterschiede, was die Größe der Händler anbetrifft. Das portable Shopping-System von Motorola lässt sich in allen Handelsumgebungen verwenden und auf die jeweiligen Bedürfnisse der Retailer zuschneiden.

## Feneberg will jetzt Erfahrungen sammeln und beschränkt sich auf das Scannen. Keine Produktempfehlungen, keine Extra-Rabatte für SB-Kunden. Kein Data Mining. Ist dieser bescheidene Ansatz auch bei anderen Handelsunternehmen zu erwarten?

Die Einführung der mobilen Self-Scanning-Lösung von Motorola ist für Feneberg der erste Meilenstein, um den Kundenkomfort zu erhöhen. Außerdem werden neben dem Scannen auch Feneberg-Treuepunkte angezeigt. Damit erhalten Kunden bereits viele Vorteile. Die Einführung weiterer Funktionen ist nicht ausgeschlossen.

## Wann erwarten Sie den Durchbruch für Kundenscanner in Deutschland und Europa?

In Europa hat sich das mobile Self-Scanning bereits seit längerem etabliert. Motorola betreut viele erfolgreiche Projekte bei Händlern wie Coop in Italien und Schweden, Carrefour in Frankreich oder Dirk van den Broek in den Niederlanden. Wir gehen davon aus, dass mit der erfolgreichen Anwendung bei Feneberg im kommenden Jahr die nächsten Handelsunternehmen folgen werden.

## Werden Sie zur EuroCIS neue Anwender präsentieren können?

Neue Kunden werden wir zu gegebener Zeit bekannt geben.

## Wird Self-Scanning Ihr EuroCIS-Schwerpunkt sein? Was planen Sie sonst noch?

Das portable Shopping-System wird ein wichtiger Fokus von Motorola auf der EuroCIS sein. Denn diese Entwicklung gehört zu den zentralen Trends im Handel. Eine große Rolle spielen für Motorola zudem robuste mobile Computer für den Einsatz im Lager und bei der Direktlieferung von Waren im Handel. Die kompakten Geräte verfügen über integrierte Barcodescanner sowie Funktionen für eine drahtlose Sprach- und Datenübertragung, sodass Mitarbeiter im Lager und unterwegs jederzeit auf Waren-, Liefer- und Unternehmensdaten zugreifen können. Darüber hinaus zeigt Motorola auf der EuroCIS die aktuellsten Scanner sowie WLAN- und RFID-Lösungen.

Interview: René Schellbach, iXtenso.com/ EuroCIS.com