



Foto: AdobeStock

Kasse wegfällt, bedeutet das auch weniger Stress für das Personal. Die zügige Bedienung gehört gerade bei Discountern zu den Stell-schrauben für Effizienz und Vereinfachung – entsprechend hoch muss das Arbeitstempo sein. Wer früher für Kassiervorgänge zuständig war, erhält durch kassenlose Check-outs mehr Zeit für die Warenverräu-merung, Beratung oder den Service. Die digitale Aufzeichnung der Ein-kaufsdaten hilft zudem, das Angebot zu verbessern. Das gilt sowohl für Regalverfügbarkeit und Lagerbestände als auch dafür, wie das Sorti-ment optisch präsentiert wird – das Auge kauft schließlich mit. Infor-mationen über das Einkaufsverhalten von Kunden, etwa darüber, wann wie viel im Laden los ist oder welche Laufwege genommen werden, können wiederum zur Umsatzsteigerung führen.

Viele Konzepte, kein Standard: Ein einheitliches Modell für kassen-lose Check-outs gibt es (noch) nicht. Aktuell testen viele Unternehmen, welche Lösung für sie die beste ist. Die Filialgröße, das Produktangebot und die Zielgruppe sind hier die wesentlichen Entscheidungskriterien. Aber auch der Datenschutz: Werden Bewegungen der Kunden digital abgebildet, müssen diese gemäß DSGVO anonym bleiben. Sprich, das System darf weder Gesichtserkennung, Augen- oder Fingerabdruck-scans noch andere biometrische Identifikatoren verwenden. Daten von Kunden, die nicht angemeldet sind, dürfen gar nicht aufgenommen werden. Alle Aktivitäten des Händlers müssen transparent und die Datenverarbeitung in den Datenschutzhinweisen beschrieben sein.

Voraussetzungen und Implementierung: Die technische Heraus-forderung für kassenlose Check-outs liegt vor allem in der Installation der Kamera und Sensorik. Hinzu kommen hohe Anschaffungskosten für Hard- und Software und gegebenenfalls für eine eigene App für Regi-strierung und Bezahlvorgang. Wie viel Hardware tatsächlich benötigt wird, ist allerdings noch in der Testphase. Wichtig in diesem Zusam-menhang ist, sich mit der Warensicherung hochwertiger Produkte zu befassen, ohne das Einkaufserlebnis zu mindern.

speedy operation is one of the key factors for efficiency and stream-lining – and the pace of work must be correspondingly high. Those who used to be responsible for checkout processes are given more time for merchandise clearance, advice or service thanks to cashier-less checkouts. The digital recording of purchasing data also helps to improve the offer. This applies to shelf availability and stock levels, as well as to how the product range is presented visually – after all, the eye is always drawn to the purchase. Information about the shopping behavior of customers, such as when and how busy the store is or which walking routes are taken, can, in turn, lead to an increase in sales.

Many concepts, no standard: There is no uniform model for cas-hierless checkouts (yet). Currently, many companies are testing which solution is best for them. Store size, product range and target group are the key decision-making criteria here. But there is also data pro-tection: if customers' movements are mapped digitally, they must remain anonymous in accordance with the GDPR. Put simply, the system must not use facial recognition, eye or fingerprint scans, or other biometric identifiers. Data from customers who are not logged in may not be included at all. All merchant activities must be transparent, and the data processing must be described in the privacy notices.

Prerequisites and implementation: The technical challenge pre-sented by cashierless checkouts lies primarily in the installation of the camera and sensor technology. In addition, there are high acquisition costs for hardware and software and, if necessary, for a separate app for registration and the payment process. As to how much hardware is actually needed, however, is still in the test phase. It is important in this context to address the merchandise security of high-value products without diminishing the shopping experience.

Autor/author:  
**Dr. Mona Haarmann,**  
Managing Consultant,  
**Nagarro ES**



## Kassenloses Bezahlen: für jeden Händler das richtige Konzept

Niemand mag es, an der Kasse in der Schlange zu stehen. Umso beliebter wird Shopping per Self-Check-out. Die Technologien sind mittlerweile so weit entwickelt, dass das vollautomatische Einkaufs-erlebnis in Reichweite ist. Welches Konzept am besten geeignet ist, muss jeder Einzelhändler für sich selbst herausfinden. Denn: Für kassenlose Geschäfte gibt es keine Standardlösung.

Schnell, bequem und anonym: So wünschen sich viele Kunden das Einkaufen im Handel. Geschäfte ohne Kasse tragen dazu wesent-lich bei. Die Gestaltung des Check-outs als letzter Touchpoint mit Kunden ist für Handelsunternehmen besonders wichtig. Wer hier einen guten Eindruck hinterlässt, überzeugt Konsumenten wiederzu-kommen. Kassenlose Check-outs verkürzen beispielsweise die leidige Wartezeit an Kassen – im besten Fall müssen Kunden beim Verlassen des Geschäfts gar nicht mehr anstehen. Was wiederum das Einkaufs-erlebnis verbessert und damit die Zufriedenheit erhöht.

Gleiches empfinden die befragten Entscheidungsträger und Mitarbeitenden im Einzelhandel. Denn wenn das Bezahlen an der

## Checkout-less payment: the right concept for every merchant

No one likes standing in line at the checkout. This makes shopping via self-checkout all the more popular. Technologies are now so advanced that the fully automated shopping experience is within reach. Each retailer must find out for themselves which concept is best-suited. After all, there is no standard solution for cashierless stores.

Fast, convenient and anonymous: that's how many customers want to shop in stores. Stores without cash registers contribute sig-nificantly to this goal. The checkout's design as the last touchpoint with customers is particularly important for retail companies. Those who make a good impression here will convince consumers to come back. Checkout-less checkouts, for example, reduce the tiresome wait-ing time at checkouts – in a best-case scenario, customers no longer have to queue at all when leaving the store. Which, in turn, improves the shopping experience and thus increases satisfaction.

The decision-makers and employees surveyed in the retail sector feel the same way. After all, if payment at the checkout is eliminated, that also means less stress for the staff. For discounters, in particular,

	Beschreibung	Vorteile für Händler und Kunden	Nachteile für Händler und Kunden	Zielgruppe
Scannen der Ware am Ausgang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kunden zahlen an Selbstbedienungskassen am Ausgang des Geschäftes</li> <li>Die Waren werden mit einem Handscanner gescannt und meist in ein Fach gelegt</li> <li>Gescannte Waren erscheinen auf einem Display ähnlich einem Tablet mit Touchscreen</li> <li>Wählen der Bezahlmethode sowie Eingeben der Kundenbindungsprogramme und Einlösen von Gutscheincodes erfolgt am Display</li> <li>Bargeldloses Zahlen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kürzere Schlangen, simple Bedienung</li> <li>Geringe Einstiegshürde, produktivere Prozesse</li> <li>Freie Kapazitäten für andere Aufgaben</li> <li>Entlastung für das Personal sowie Platzersparungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bezahlung oft nur bargeldlos, weniger zwischenmenschlicher Kontakt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eignet sich überall dort, wo sich oft lange Schlange bilden</li> <li>Besonders zu Peak Zeiten, beispielsweise im Supermarkt, in der Drogerie und im Fast-Food-Restaurant</li> </ul>
Scannen der Ware am Regal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kunden scannen am Ladeneingang zur Regi-strierung einen QR-Code über App des Händlers</li> <li>Das Scannen am Regal erfolgt über ein eigenes Device oder per mobilen Handscanner des Händlers</li> <li>Die Einkäufe werden stichprobenartig gegengeprüft</li> <li>Die gescannten Waren werden in der App gelistet</li> <li>Die App stellt auch den Kassenbon bereit</li> <li>Bezahlt wird häufig an der Selbstbedienungskasse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Keine Wartezeiten an der Kasse – Kunden kassieren sich selbst</li> <li>Ein- und Ausräumen von Ware in den Korb bzw. auf das Band entfällt</li> <li>Keine Investitionen in teure Sensorik und Kamertechnik, Wartung nur für Scanner</li> <li>Meldungen von Falschplatzierun-gen und Präsenzlücken per App – verbessert das Einkaufserlebnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Setzt die Entwicklung einer App, den Einsatz von Endgeräten (Smartphone oder Scanner) und zuverlässige Verkaufsdaten voraus</li> <li>Erhöhte Diebstahlgefahr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vor allem für den Lebensmittelein-zelhandel und dort, wo große Men-gen eingekauft werden, geeignet</li> <li>Ist beim Verkauf hochwertiger Produkte sinnvoll</li> <li>Wird gerne von Händlern genutzt, die nicht in Sensor- und Kamertechnik investieren wollen</li> </ul>
Bezahlen per App oder Kreditkarte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kunden laden die App des Händlers auf ihr Smartphone, hinterlegen Kontaktdaten und Bezahlinformationen</li> <li>Registrierung am Ladeneingang per QR-Code oder Kreditkarte</li> <li>Die Waren werden einfach aus dem Regal genommen</li> <li>Die Rechnung kommt nach dem Einkauf per Mail oder direkt in die App.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ware muss nur aus dem Regal genommen, nicht gescannt werden</li> <li>Ermöglicht detaillierte Datenanalysen zum Kaufverhalten</li> <li>Diebstahlsicher durch Kameratracking</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erfordert hohe Investitionen</li> <li>Setzt technisches Know-how voraus</li> <li>Kann zu Imageschaden führen, wenn sich Kunden überwacht fühlen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eignet sich insbesondere für Händler, die genaue Analysen erstellen und den kompletten Kassiervorgang digitalisieren wollen, inklusive Bestandsprüfung und Inventur</li> </ul>

Bild: Nagarro