

POS MANAGER

TECHNOLOGY

Fachmagazin für IT-Lösungen im Einzelhandel / Trade Magazine for IT-Solutions in Retail

Künstliche Intelligenz

AI-Enabled Retail

Seite 48



Apple Pay im Handel

Apple Pay in the Shop

Seite 54

Kasse ein Auslaufmodell?

POS a discontinued model?

Seite 56

Wardrobing beenden

It's time to end wardrobing

Seite 58



Sprechen statt tippen

Voice Commerce

Seite 60



Connected Retail

Alle Handelstrends auf einen Blick EuroCIS 2019

Seite 12



Messeneuheiten 2019

Produktvorschau

Product Preview

Seite 34



POS Manager Technology

21. Jahrgang

Einzelverkaufspreis € 9,90

ISSN 1437-398X

D-86807 Buchloe (Bayern)

Bahnstraße 57

BAUVE Medien GmbH & Co. KG

Entgelt bezahlt

Postvertriebsstück

B-59995

Connected Retail ■ Alle Handelstrends auf einen Blick - EuroCIS 2019

Kasse ein Auslaufmodell?

Das Thema Digitalisierung ist in aller Munde und die Politik schickt sich an, Deutschland zum Hotspot für Künstliche Intelligenz (KI) zu machen

Der Autor: Roland Weigandt ist als Berater bei DRS tätig und bringt zwölf Jahre Berufserfahrung im Handel und vier Jahre für den Handel mit



▲ Wir sind uns sicher, dass die Kasse kein Auslaufmodell ist, denn ihre Funktionen sind für einen reibungslosen Filialbetrieb unverzichtbar. Darüber hinaus warten auf die Kasse noch weitere wichtige Aufgaben, die für die zukünftige Überlebensfähigkeit von Handelsunternehmen ausschlaggebend sein dürften

Apple Pay ist als globales Bezahlsystem für Smartphones führend und Apple Pay hat jetzt auch in Deutschland seinen Dienst aufgenommen. Da liegt es auf der Hand, sich Gedanken darüber zu machen, wie morgen unser Einkaufen aussehen wird und daraus folgend, wie wir zukünftig bezahlen werden. Schafft man am Ende auch noch das Bargeld ab, dessen Existenz bei den kleinen Cent-Werten in einigen Ländern ja schon beendet wurde? Da ist die Frage, ob die Kasse, die im Handel auf eine einhundertvierzig Jahre lange Tradition zurückblicken kann, möglicherweise ein Auslaufmodell sei, nicht aus der Luft gegriffen.

Um die Antwort gleich vorweg zu nehmen: Wir sind uns sicher, dass die Kasse kein Auslaufmodell ist, denn ihre Funktionen sind für einen reibungslosen Filialbetrieb unverzicht-

bar. Darüber hinaus warten auf die Kasse noch weitere wichtige Aufgaben, die für die zukünftige Überlebensfähigkeit von Handelsunternehmen ausschlaggebend sein dürften.

Die Kasse von morgen

Was wird die Kasse von morgen von dem unterscheiden, was wir heute bereits in unseren Filialen einsetzen? Wir müssen schon viele Jahrzehnte zurückblicken, um Kassen ausfindig zu machen, die nicht mehr konnten, als das sichere Verwahren von Geld und das Aufsummieren der Tageseinnahmen. Stand heute werden neben dem Bezahlvorgang von bestehenden Kassensystemen zumeist folgende Funktionen und Prozesse abgedeckt: Stammdaten für Artikel, Kunden, Konditionen etc. verwalten, Tagesabschluss, Bon parken und wiederaufnehmen, Retourenmanagement.

Im Wesentlichen geht es darum, den Warenabfluss innerhalb einer Filiale nachzuvollziehen, Warenbestände abzugleichen, Dispositionen anzustoßen und für das Finanzwesen relevante Daten zu sammeln und natürlich – den Bezahlvorgang abzuwickeln. Kassensysteme verstehen sich bislang als vorgelagerte Daten-systeme, denen ein mächtiges Zentralsystem für die unternehmensweite Warenwirtschaft, die Lagerlogistik und für das Finanzwesen übergeordnet sind. Und somit wird deutlich, dass die Vorstellung, die Kasse könnte ein Auslaufmodell sein, völlig abwegig ist, denn es ist gerade dieses arbeitsteilige Prinzip, das Kassensysteme unverzichtbar macht. Sie sind die Hand am Puls des Marktes, das Auge in den Markt, worauf kein Filialunternehmen verzichten kann. Wenn dennoch ein „Aber“ angebracht ist, dann deshalb, weil die Kasse der nächsten Generation Funktionen bereit

halten muss, die nicht mehr primär den Artikel im Fokus hat, sondern den Kunden. Und dies ist ein weitreichender Paradigmenwechsel in der Auslegung von Kassensystemen.

Einfaches Einkaufen

Natürlich kümmerte sich der Handel auch in der Vergangenheit mit beachtlichem Aufwand um seine Kunden, aber vermutlich geriet das veränderte Kaufverhalten zu spät ins Blickfeld. Die signifikanten Umsatzverluste zugunsten des Onlinehandels, der sich immerhin schon 15% des Kuchens sichern konnte, machen dies überdeutlich. Die Erkenntnis, dass der stationäre Handel auf diese gravierende Marktveränderung reagieren muss, ist branchenweiter Konsens.

Was hat die Kasse mit all dem zu tun? Welchen Beitrag kann, ja muss sie zukünftig leisten, diesem Kundendrift Richtung Online-Handel Einhalt zu gebieten? Sie kann es natürlich nicht alleine, aber sie kann helfen, dass Kunden das Einkaufen in der Filiale wieder attraktiv finden. Und „attraktiv“ steht summarisch für einfaches Einkaufen, aber auch Einkaufen als Erlebnis. „Es ist so einfach“ wird über das Einkaufen im Internet gesagt, zugleich aber wird auch der Verlust eines speziellen Einkaufserlebnisses beklagt.

Einfaches Einkaufen bedeutet: Bezahlvorgänge müssen schnell und ohne Hürden erfolgen inkl. Kauf auf Rechnung, jegliche Komplexität muss im Hintergrund abgefangen werden, Zusammenstellung eines Warenkorbs/Reservierung online und per App, Variabilität bei Check-out-Verfahren, auf Kundenseite freie Wahl des Bezahlmediums, Reduzierung von Warteschlangen vor der Kasse, alle Services/Prozesse auch an der Haustür bieten Umtausch problemlos möglich, ebenso Rückgabe, Einlösen von Park-, Fahr- und Sozialscheinen, Berücksichtigung von Pfandsystemen. Geht nicht, gibt es nicht und alles muss absolut easy sein! Oder anders ausgedrückt: Einkaufen muss in all seinen Facetten flott über die Bühne gehen – für Kunden ebenso wie für das Personal auf Händlerseite.

Personal entlasten

Das Personal in der Filiale muss entlastet werden durch: Cash-Cycling und Wechselgeldprognose für die Geldbeschaffung und den Abtransport, Datenschutz- und gesetzeskonforme Verfahren (z.B. GoBD), mobile

POS a discontinued model?



These days, digitalization is on everyone's lips and politicians are getting started to make Germany a hotspot for artificial intelligence (AI). Alipay is leading as a global payment system for smartphones, and Apple Pay has now started its service in Germany. So it's obvious to think about how tomorrow's shopping will look like and how we will pay in the future. Will one finally abolish the cash, whose existence of small cents has already ended in some countries? It is not plucked out of thin air to ask the question of whether the POS system - with a hundred and forty years tradition in retail - is a discontinued model.

To anticipate the answer: We are sure that the POS is not superfluous. Because its functions are indispensable for trouble free retail operations. A bunch of further tasks awaiting to resist and integrate the online business. There will be a role extension from a transaction- to customer-centered scope of functions. The next generation of POS systems must be able to cover all processes in relation of shopping – fast and simple. Furthermore, it must be in in precondition to build up a “personal” relationship to the consumer. It have to have a “memory”, to remember, what customers buy usually, have to “think” about the customer's need and guide clever through the store. It stays in contact with the consumer and informs him about new offers and more. If then the atmosphere in the store is right, the staff is courteous and at the same time everything works like clockwork, then shopping is also attractive!

Kassensysteme für den variablen Einsatz auf der Fläche, Integration der auf der Fläche verbauten Sensorik, die notwendig wird, um den Warenfluss und damit die Warenkörbe der Konsumenten zu tracken.

Wir führten bereits aus, dass die Kasse der nächsten Generation in der Lage sein muss, alle mit dem Einkauf zusammenhängenden Prozesse abzudecken und dies einfach und schnell. Darüber hinaus muss die Kasse in der Lage sein, „persönliche“ Beziehungen zum Kunden aufzubauen. Sie muss über ein „Gedächtnis“ verfügen, sich merken, was ein Kunde gewöhnlich einkauft, muss sich „Gedanken“ darüber machen, was er noch brauchen könnte und ihn intelligent durch den Shop geleiten.

App als Einkaufshilfe

Wie das gehen könnte? Mittels einer App hat der Kunde seine Einkaufsliste erstellt, die ihn gezielt zu den nachgefragten Waren führt, während er zugleich auf attraktive Angebote aufmerksam gemacht wird. Waren werden einfach mit dem Handy eingescannt (oder über einen Scanner am Einkaufswagen) und natürlich steht die dazugehörige Produktinformation zugleich auf dem Display, wie aus dem Online-Shop bekannt mit Cross-Selling-Hinweisen. Automatisch wird mitgerechnet, wie hoch der Wert der im Korb deponierten Ware aktuell ist und dieser Betrag schließlich

an die Kasse übermittelt. Die Ware braucht auch nicht einmal mehr aufs Band gelegt zu werden, denn der Korbinhalt wurde bereits mit dem Smartphone erfasst und übermittelt. Natürlich berücksichtigt die Kasse alle Coupons und weiß auch von selbst, wie der Kunde bezahlen möchte. Und mit einem freundlichen „Auf Wiedersehen“ wird der Kunde in den Feierabend verabschiedet.

Das Kassensystem bleibt überdies weiterhin mit dem Kunden in Kontakt und informiert ihn, dass seine Lieblingspizza diese Woche im Angebot ist, nächste Woche eine französische Woche läuft, aber auch darüber, dass z. B. das Warenangebot jetzt um frischen Fisch ergänzt wurde. Es gibt so viele Möglichkeiten, Kunden für attraktive Angebote zu interessieren. Wenn dann noch das Ambiente stimmt, das Personal zuvorkommend ist und zugleich alles wie am Schnürchen funktioniert, dann ist Einkaufen auch attraktiv.

Fazit

Dies alles ist nur mittels intelligenter Kassensysteme möglich, die das Frontend in den Markt darstellen und aufgrund eigener „Erkenntnisse“ in der Lage sind, mit dem Kunden auf smarte Weise zu kommunizieren und ihn anzuregen, doch mal wieder vorbei zu schauen. Und was das Einkaufserlebnis anbelangt, hat der stationäre Handel ohnehin die meisten Trümpfe in der Hand. Er muss sie nur gekonnt ausspielen. ■