



Scheck auf die Zukunft

Den POS fit machen für den vernetzten Handel, die Basis setzen für den Auf- und Ausbau mobiler und kanalübergreifender Kundenservices – das treibt die Handelsunternehmen dazu, in neue POS-Technologien zu investieren. Welche Hardware- und Software-Trends lassen sich aktuell am Markt beobachten?

Klaus Manz

Laden ohne Kasse: Bei „Amazon Go“, dem Test-Shop des Online-Riesen in Seattle, der bisher nur Mitarbeitern vorbehalten bleibt, wird die Smartphone-App zum technischen Herzstück. Darüber identifiziert sich der Kunde am Eingang, darüber wird der Rechnungsbetrag von seinem Amazon-Konto abgebucht. Über ein von Amazon entwickeltes System von intelligenter Software, Sensoren und Bilderkennung wird die Ware automatisch registriert, sobald sie vom Kunden dem Regal entnommen und in den Korb gelegt wird.

Kein manuelles Scannen und kein manuelles Kassieren mehr: Markiert das Amazon-Pilotprojekt den Anfang vom Ende der traditionellen Erfassungs- und Checkout-Prozesse im Einzelhandel? „Nicht morgen und nicht mittelfristig, aber auf lange Sicht werden solche Technologien in vielen Handelsbereichen Standard sein“, glaubt Joachim Pinhammer, Senior Retail Technology Analyst beim Marktforscher Planet Retail. Bis dahin investiert der Handel aber noch in aktuell relevante POS-Technologien.

„Dominierender Treiber dafür ist das Omnichannel-Retailing“, sagt Pinhammer. Der Aufbau kanalübergreifender Kundenservices genießt Priorität und kann die Investitionszyklen verkürzen und die Implementierung neuer Strukturen beschleunigen.

POS: Zwang zu Investitionen

Aldi Nord erneuert seine IT-Landschaft mit der von SAP vertriebenen Kassen- und Filiallösung der GK Software. Gerry Weber stattet seine rund 1.000 Shops in 18 Ländern ebenfalls mit dieser Lösung aus. Karstadt Sports, Kik und Engbers investieren in neue Kassensysteme von Act'o-Soft. Die KaDeWe Group mit dem Alsterhaus in Hamburg, dem Oberpollinger in München und dem KaDeWe in Berlin schaffen sich Hardware von Diebold Nixdorf an. Die Globus Warenhaus Holding lässt in ihren mehr als 70 SB-Warenhäusern, ebenfalls von Diebold Nixdorf, neue „Beetle iPOS“-Kassen und die „TP.net-Software“ installieren.

Die Mercedes Benz-Arena in Berlin kauft 130 neue „TCxWave“-Kassensysteme von Toshiba.

Auch Mittelständler rüsten auf. „Die Mitglieder der Verbundgruppen legen zunehmend ihre Vorbehalte gegen zu intensiven Datenaustausch innerhalb der Gruppe ab und erwarten sogar von ihren Zentralen, dass sie vernetzte POS-Lösungen mit innovativen Funktionen zur Verfügung stellen“, beobachtet Jochen Hampe, IT-Berater und Geschäftsführer der Firma Retailer-Consult. Die Intersport-Gruppe zum Beispiel arbeitet zusammen mit Höttl Retail Solutions an „Intersys 8.0“, einer umfassenden Erneuerung der POS-Software und Warenwirtschaft für ihre angeschlossenen Händler. „Fast durchweg geht es darum, POS-Prozesse zu vereinheitlichen und zu beschleunigen, insbesondere aber die Basis für den Auf- und Ausbau innovativer Kundenservices zu legen – seien es mobile Anwendungen, neue Payment-Funktionen oder Omnichannel-Dienste“, so Hampe.

Nicht nur bei den genannten Händlern stehen oder standen große POS-Projekte ganz oben auf der Agenda. Laut der EHI-Studie „Kassensysteme 2016“ planen 71 Prozent der befragten Handelsunternehmen bis 2018 die Erneuerung ihrer Hardware – davon knapp zwei Drittel in Form eines Komplett-Austausches der Systeme. Und 47 Prozent der Panelteilnehmer geben an, in den nächsten zwei Jahren eine neue Kassensoftware einführen zu wollen. Das EHI hat für sein Panel mehr als 50 große, meist international aufgestellte Handelsunternehmen befragt.

Hardware: Kraftvoll und mobil

Mit „Kaby Lake“ hat Intel im September 2016 eine neue Prozessoren-Generation vorgestellt, mit nochmals erhöhten Taktraten und Verbesserungen bei den Grafik-Features. Über kurz oder lang werden diese Rechner auch in den Kassen eingebaut. „Das geschieht je nach Lifecycle unserer eigenen Modelle“, sagt Michael van Lunteren, Solutions Consultant bei NCR. So verfahren auch die anderen Kassenhersteller. Zunehmend werden darüber hinaus USB-Schnittstellen der Version 3.1 genutzt, die Daten mit bis zu 10 Gbit pro Sekunde übertragen können. Power und Schnelligkeit der Kassen verbessern sich somit weiter – für den POS dann notwendig, wenn die Kasse als Filialserver fungiert bzw. wenn von Omnichannel-Funktionen über Loyalty-Services bis hin zur Multimedia-Kommunikation auf kundenzugewandten Bildschirmen eine Vielfalt unterschiedlicher Aufgaben bewältigt werden muss.

An den Checkouts in Deutschland werden die Kassen-Prozessoren zu nahezu gleichen Teilen von Linux und Microsoft gesteuert. Lange hatte der Pinguin den Schnabel vorne, laut EHI-Kassenstudie sind inzwischen Microsoft-Lösungen auf knapp 51 Prozent der Systeme installiert. Insgesamt hat die POS-Hardware einen hohen Reifegrad erreicht.

Der Stromverbrauch der Prozessoren ist über industrielle Standards minimiert. Jenseits des Preises geht es eher um Feinheiten wie Staubresistenz oder um ein paar Millimeter mehr Kompaktheit. Und immer mehr Händler achten auf das Design: Im EHI-Panel erklären 82 Prozent der Befragten, dass die Optik der Geräte bei der Auswahl eine wichtige Rolle spielt. Der Hersteller Aures nimmt hier mit seinen Terminals eine Vorreiter-Rolle ein. Ein weiterer klarer Trend: „Weil sich viele Händler auf künftige mobile Services vorbereiten, sind speziell in den Fashion- und Lifestyle-Branchen vermehrt Tablet-Kassen gefragt“, beobachtet Winfried Nolte, Product Manager POS bei Diebold Nixdorf. Für den stationären Einsatz sind sie in einer Docking-Station verankert, können daraus aber mit einem Handgriff für mobile Anwendungen entnommen werden.

Peripherie: Technologische Ergänzungen

Bereit für die kontaktlose Bezahlung per Karte oder Smartphone – wie der SB-Warenhaus-Betreiber Real, der seine Filialen gerade mit neuen Terminals von Ingenico ausstattete, haben die meisten großen Handelsunternehmen inzwischen in NFC-fähige Kartenlesegeräte investiert. Die aktuelle Terminal-Generation besitzt kleine Touch-Displays – somit bekommen diese Händler zumindest in Sachen Hardware keine Probleme mit einer neuen EU-Verordnung über Interbankentgelte. Sie eröffnet dem Kunden eine „Anwendungsauswahl“ bei der Kartenzahlung am POS. An den Displays der neuen Terminals kann der Kunde also per Fingerdruck auswählen, welche der vom Händler angebotenen unbaren Bezahlalternativen er bevorzugt. Der Handel allerdings beklagt

hohe Kosten für Software- und ggf. auch für Hardwareanpassungen – die seit Juni 2016 gültige Vorschrift wurde bislang nur von wenigen Unternehmen umgesetzt.

Einen sukzessiven Umstieg auf neue Technologien vollzieht der Handel auch bei den Scannern. Die Schwarz-Gruppe zum Beispiel will in ihren Kaufland- und Lidl-Märkten flächendeckend die klassischen Laserscanner durch moderne Imager-Technologie ersetzen – diese verspricht eine weitere Reduktion von Fehllesungen und damit noch schnellere Kassierprozesse. Bei den Eingabe-Medien dagegen ist der Technologiewechsel schon fast vollzogen. Laut EHI-Panel dürften inzwischen rund drei Viertel der dort befragten Händler per (meist kapazitivem) Touchscreen kassieren. Tastaturen verschwinden oder werden nur noch für Not- und Sonderfälle vorgehalten. Im nächsten Schritt wird die Gestensteuerung kommen, die bestimmte Eingabeprozesse weiter beschleunigen kann.

Auch wenn sich perspektivisch elektronische Bons verbreiten könnten, bis auf Weiteres spielt gedrucktes Papier die dominierende Rolle. Daher arbeiten die Hersteller an Detailverbesserungen, etwa an der Reduzierung des Papierverbrauchs durch Optimierung von Textlayout, Rändern und Zeilenabständen, auch bei den DIN-A-4-Rechnungsdruckern. Weiterer Ansatz ist der Stromverbrauch, der durch energieeffiziente Netzteile und durch gezielte Steuerungen der Betriebs- und Standby-Modi reduziert wird. Hier wie bei anderen Peripheriegeräten, den größten Stromfressern am POS, gilt im Übrigen: Gerade wenn es um hohe Stückzahlen geht, tut der Händler gut daran, die Herstellerangaben zum Energieverbrauch durch Vorab-Tests zu verifizieren.

SELF-CHECKOUT

Großes Interesse, schmales Budget

Foto: NCR

Händler mit Pilot-Anwendungen berichten von überraschend hoher Kundenakzeptanz. Dennoch sind SB-Checkouts in Deutschland weiterhin wenig verbreitet. Nur ganz wenige Handelsunternehmen haben bisher einen relevanten Teil ihrer Filialen mit SB-Technik ausgerüstet. Neben Ikea sind dies die Metro-Tochter Real (mit einem Drittel ihrer rd. 300 SB-Warenhäuser) und die Bartels Langness Handelsgesellschaft (mit 30 ihrer 80 Familien-Häuser). Auch im vergangenen Jahr gab es nur punktuelle Installationen bei einigen selbstständigen Edeka- und Rewe-Händlern. Knappe Budgets erschweren die Investition in die vergleichsweise teuren Systeme. Insgesamt sind in

Deutschland (Stand August 2015) bislang rd. 1.250 SB-Kassen in knapp 300 Märkten im Einsatz. Dennoch ist steigendes Interesse festzustellen. Laut EHI-Untersuchung hat sich der Anteil der Händler, die den Einsatz von SCO und Self-Scanning planen, von 28 Prozent im Jahr 2014 auf 37 Prozent erhöht. Dies auch, weil die Zwischenbilanzen der Pilot-Unternehmer positiv ausfallen. Dort werden die SB-Kassen von 15 bis 30 Prozent der Kunden angesteuert. Erfahrungen aus Frankreich und England zeigen: Gut eingeführte SB-Kassen können bis zu 40 Prozent der Kunden erreichen. Diebold Nixdorf, Fujitsu, NCR, ITAB und Toshiba zeigen auf der EuroShop 2017 ihre SB-Lösungen.



Während Mobile Scanning bei Carrefour, Tesco und anderen ausländischen Unternehmen schon auf breiter Basis angeboten wird, befinden sich deutsche Händler wie Globus noch in der Testphase

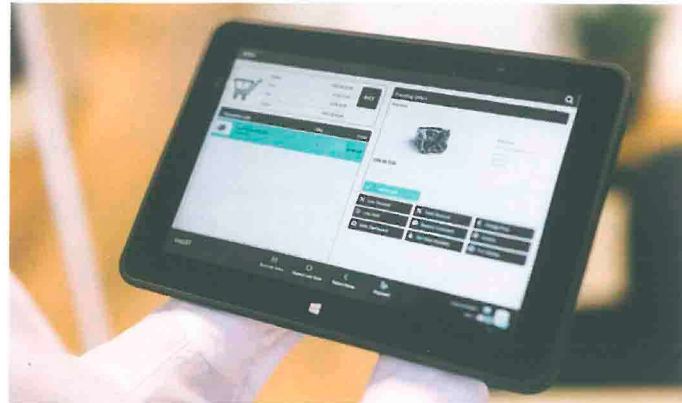
Foto: Diebold Nixdorf

Die Prozessor-Performance muss ausreichen, genügend Schnittstellen müssen vorhanden sein, eine Online-Verbindung muss zur Verfügung stehen – dann können über jede halbwegs aktuelle Kassenhardware auch zusätzliche kanalübergreifende Funktionen abgewickelt werden. „Der entscheidende Investitionstreiber ist daher die Software, die Händler wollen ihre Prozesse fit machen für die Anforderungen der kommenden Jahre“, erklärt IT-Berater Jochen Hampe.

Software: Professionelle Prozesse

Dabei geht es einerseits um die Professionalisierung von Spezialanwendungen, etwa von Loyalty-Tools, andererseits um den Aufbau kanalübergreifender Services wie Click & Collect, Online-Verfügbarkeitschecks, Bestellung bei Nichtverfügbarkeit und Zugriff auf die Bestände anderer Filialen. Weil die Breitbandanbindung der Filialen an die Zentralen im deutschsprachigen Raum weitgehend zum Standard geworden ist, steht die Daten-Logistik. Laut EHI-Panel streben 84 Prozent der befragten Unternehmen eine Realtime- bzw. Near-time-Kommunikation zwischen Zentrale und Filialen an.

Teilweise und bis zu bestimmten Grenzen können kanalübergreifende Anwendungen innerhalb der Kassensoftware und über Schnittstellen realisiert werden. Ob NCR, Fujitsu oder Diebold Nixdorf: Die großen IT-Dienstleister des Handels bieten darüber hinaus Lösungen in Form einer dahinter



Speziell in den Fashion-Branchen interessieren sich Händler vermehrt für Tablet-Kassen, die mobil genutzt oder für den stationären Einsatz in einer Docking-Station verankert werden können

gelegten Steuerungsplattform an, die allen Touchpoints die entsprechenden Funktionen bereitstellt. Jenseits einzelner Weiterentwicklungen bei der Hardware: Die Demonstration solcher Prozesse wird auf den Messeständen der Euroshop 2017 (Ausstellungsbereich Retail Technology/EuroCIS) den breitesten Raum einnehmen.

redaktion@ehi.org