

Den Einkauf von morgen digital gestalten

Kassenlose Supermärkte werden schon lange diskutiert. In Japan wächst die Nutzer-schar der „Catch & Go“-Technologie. Wird sich diese auf breiter Front durchsetzen?

VON CHRISTIAN SEIDER UND ANDREAS BÖNING ❖

Die Digitalisierung hat in Japan längst Einzug in alle Bereiche des täglichen Lebens gehalten. Durch digitale Lösungen wie „Scan & Go“-Optionen oder Self-Check-outs kann auch das Einkaufen beschleunigt und kassenlos gezahlt werden. NTT DATA, ein japanischer Anbieter von Business- und IT-Lösungen, hat diese Entwicklungen noch einen Schritt weitergedacht: In seinem kontaktlosen digitalen „Catch&Go“-Store in Japan hat NTT DATA das Einkaufen mittels digitaler Gesichtsaufführung sowie eine bestandsabhängige dynamische Preisgestaltung eingeführt. „Catch&Go“ ist dabei ein kassenloses digitales Ladenkonzept für den Einzelhandel. Konsumenten können die biometrischen Gesichtsdaten vorab über ein Smartphone registrieren und dann mithilfe einer am Eingang installierten Technologie zur Authentifizierung den Laden betreten. Der Shop wurde im September 2019 eröffnet und ermöglicht seinen Kunden, die Zahlungsmethode im Vorfeld festzulegen.

Besucher können die Geschäfte außerdem mit einer QR-Code-Authentifizierung betreten und alle Artikel, die sie kaufen möchten, ohne Zwischenstopp an einer Kasse mitnehmen. Beim Verlassen des Ladens erfolgt die Bezahlung automatisch und die Quittung wird umgehend auf das Smartphone gesendet. Weil die Datenschutzregelungen in Japan den Einsatz der Gesichtserkennung deutlich leichter ermöglichen als hierzulande, können Kunden durch eine solche Authentifizierung auch ohne Smartphone einkaufen.

Die dynamische Preisgestaltung wiederum sorgt für potenziell geringere Abfallverluste, indem für den Verkauf stets optimale Preise angezeigt werden. Dabei werden Lagerbestandssysteme und digitale Preisbeschilderungen, die in den Produktregalen installiert sind, miteinander verknüpft, um die Preise automatisch an den aktuellen Bestand anzupassen. Durch die dynamische Preisgestaltung sind neben dem verringerten Abfall an Gütern höhere Verkaufsmengen möglich.

1.000 Läden mit „Catch & Go“-Technologie

NTT DATA arbeitet schon lange an innovativen Kunden-Touchpoints, die Antworten auf soziale Herausforderungen geben, wie zum Beispiel die sinkende Zahl von Arbeitskräften. Die Shops bieten ein neuartiges Einkaufserlebnis und erleichtern die Arbeit der Angestellten. Bis Ende 2022 soll der Service in 1.000 Einzelhandelsgeschäften in Japan eingeführt werden.



Abbuchung mit einem Augenblick: Eine neue Technologie ermöglicht das Zahlen im Einzelhandel per Gesichtserkennung.

Die Vorteile von kassenlosen digitalen Geschäften liegen auf der Hand. Für die Käufer wird der Einkauf effizienter und stressfreier, da die Bezahlung kontaktlos erfolgt und kein Anstellen an der Kasse notwendig ist. Coupons werden automatisch eingelöst und die Aktivitäten im Geschäft können ausgewertet werden, um personalisierte Kampagnen basierend auf den Vorlieben der Kunden zu erstellen. Für das Ladenpersonal kann die Abschaffung von Kassen die Arbeitseffizienz verbessern und die Arbeitszeiten reduzieren. Sensoren an den Regalen ermöglichen eine Fernkontrolle des Lagerbestands, was die betrieblichen Abläufe effizienter gestaltet.

Arbeitserleichterungen und eine verbesserte Arbeitsumgebung ermöglichen es den Ladenbetreibern, ihre Geschäfte trotz Arbeitskräftemangels weiter in der heutigen Form aufrechtzuerhalten. Letztlich kann der stationäre Einzelhandel Kaufgelegenheiten erhöhen, indem er die Wartezeiten an den Kassen deutlich senkt. Die Möglichkeit, Besucherströme und das Konsumentenverhalten anhand von Daten auszuwerten, schafft zudem ein besseres Ladendesign und Marketing, was wiederum neue Chancen zur Verkaufsexpansion schafft. ❖

Christian Seider ist Head of Industry Retail und Andreas Böning Senior Director Management Advisory Services bei NTT DATA DACH.

Kontakt: christian.seider@nttdata.com, andreas.boening@nttdata.com