

Freude beim Einkaufen

Wer seit dem 28. Mai im real,- Future Store in Tönisvorst bei Düsseldorf einkauft, braucht keine Einkaufszettel, modernstes WWS sorgt für volle Regale und Hör- und Duftinseln entführen an den Atlantik oder ins Fußballstadion. Ein Rundgang zu Neuheiten im Einkaufsmarkt der Zukunft.



Der mobile Einkaufsassistent löst im real,- Future Store den Einkaufszettel ab.

Ein wenig erinnerte die Szenerie an Glanzpunkte auf der CeBIT. So viel Prominenz aus der Informations- und Telekommunikationsbranche kam Ende Mai zur Einweihung des real,- Future Store im nordrhein-westfälischen Tönisvorst. Neben den Platinpartnern der Metro Group Future Store Initiative wie SAP, Intel, IBM, T-Systems, Cisco, Fujitsu Service, Fujitsu Siemens und Siemens nahmen auch viele der 80 Kooperationspartner aus Handel, Industrie, IT- und Dienstleistungsbranche teil. Dr. Eckhard Cordes, Vorstandsvorsitzender der Metro Group, und die Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Telekom und der SAP, René Obermann und Prof. Dr. Henning Kagermann, waren die ersten Kunden des Einkaufsmarktes.

In Abwandlung des BMW-Slogans „Freude am Fahren“ will der einstige Automanager Eckhard Cordes speziell den Kunden im Future Store „Freude beim Einkaufen“ bereiten. Darüber hinaus soll dieser Einkaufsmarkt

einen Eindruck geben, wohin sich der Einzelhandel entwickeln kann. Auf einer Verkaufsfläche von 8 600 Quadratmetern, davon 4 400 Food und der Rest Non-Food, bietet real,- rund 65 000 Produkte an. Damit möchte der Einkaufsmarkt die Qualität und den Service spezialisierter Fachgeschäfte wie Metzgereien, Bäckereien, Obst- und Gemüsehandel,

aber auch der Spiel-, Sport-, Textil-, Haushaltswaren- und Elektrogeschäfte übertreffen. Im Mittelpunkt des Future Store stehen dabei innovative Technologien und neue Konzepte.

Mobiles Einkaufen

Eines davon, der Mobile Einkaufsassistent (MEA), unterstützt die Verbraucher im gesamten Einkaufsprozess. Damit können Kunden ihre Einkaufslisten daheim erstellen, indem sie beispielsweise mit der eingebauten Kamera ihres Mobiltelefons den Strichcode der leeren Verpackungen erfassen. Alternativ geben sie die gewünschten Produkte als Freitext ins Handy oder über das Internet ein. Im real,- Future Store starten die Kunden erneut die MEA-Anwendung und geben Benutzernamen und Passwort ein. Dann lassen sie sich über die Funktionen „Marktplan“ und „Suchen“ zu den gewünschten Produkten navigieren. Von diesen Waren scannen die Kunden mit der Handykamera den Strichcode ein.

Den Mobilen Einkaufsassistenten entwickelte T-Systems zusammen mit der Metro Group. Unter der Projektführung des ICT-Dienstleisters beteiligten sich ebenso die T-Labs, der Telekom Shop sowie T-Mobile. „Im Future Store nutzen wir die Möglichkeit, um unsere Innovationen aus den Entwicklungseinrichtungen von T-Systems und den T-Labs in der Praxis zu testen“, sagt René Obermann, Vor-



Virtuelles Fischefangen auf dem interaktiven Fußboden am Fischmarkt.

standsvorsitzender der Deutschen Telekom. Der tägliche Einsatz und die direkt daraus abgeleiteten Erkenntnisse seien aussagefähiger als Marktforschung abseits des unmittelbaren Geschehens. Deshalb stellen der Konzern und die Metro Group derzeit 100 Kunden diesen Einkaufsassistenten bereit.

■ Erlebnis- und Einkaufswelten

In der Sportabteilung dürfen Kunden die Produkte vor dem Kauf ausführlich testen, geschulte Mitarbeiter beraten bei der Auswahl. Zusätzlich bietet ein Infoterminal Details etwa zu ausgewählten Produkten, Hinweise zu Sportveranstaltungen in der Umgebung und Fitnesstipps. Dazu bereichern Klangerlebnisse die spezifischen Sportwelten. Spezielle Lautsprecher liefern die jeweils passende Hörkulisse für den Fußball-, Fahrrad oder Informationsbereich.

Im Fischmarkt unterstützen maritime Erlebnisse eine attraktive Präsentation des Sortiments. Vor der Theke befindet sich ein interaktiver, wasserblauer Fliesenboden, auf dem sich virtuelle Fische tummeln. Sobald jemand diese Fläche betritt, verändert sich das projizierte Bild. „Besonders geschickte Menschen, die so einen Kunstfisch fangen, bekommen dafür gleich einen realen, frischen an der Theke“, verspricht Karl-Josef Janssen, der Geschäftsleiter von real,-. Ein paar Schritte weiter in Richtung Theke hören Kunden in einem abgegrenzten Raum Meeresrauschen. Dazu weht ein Hauch von Kräutern der Provence mit Limone, der mediterrane Flair versprüht.

■ Intelligente Kühltruhe

Auf traditionelles Metzgereihandwerk legt der real,- Future Store großen Wert. So gestattet die hauseigene Metzgerei den Kunden durch eine große Glasscheibe einen direkten Einblick



Produktion von Frischfleisch nach Bedarf ist Teil der Qualitätssicherung im Frische-Theke-Bereich, unterstützt durch RFID-Technologie.

■ Der Mobile Einkaufsassistent

Kurz nachgefragt bei Michael Lenk, Leiter Global Competence Center Retail bei T-Systems



Herr Lenk, wie funktioniert der Mobile Einkaufsassistent genau?

In der ersten Phase stellt T-Mobile die Handys inklusive der MEA-Software für 100 Kunden kostenlos bereit. Später soll der T-Shop im real,- Future Store in Tönisvorst die mobilen Geräte vertreiben. Über die eindeutige Kennung durch den gescannten Strichcode ruft die Software aus dem Warenwirtschaftssystem von real,- den aktuellen Preis ab. Parallel dazu berechnet die Anwendung die Gesamtsumme der Produkte. Gleichzeitig führt das Handy automatisch eine Einkaufsliste und navigiert den Käufer zu den gesuchten Produkten ...

... und dann treffen sich wieder alle in der Kassenschlange?

Nein, selbst das Bezahlen an der Kasse geht schnell und unkompliziert: Die Anwendung erstellt einen Abschlussbarcode auf dem Handy, den der Kunde nur noch an ein Lesegerät hält. Die Bezahlung erfolgt bar, per Karte oder per Fingerabdruck. In der nächsten Phase setzen wir auch Near Field Communication (NFC) ein. Dann können Kunden ihren Einkauf quasi mobil im Vorbeigehen bezahlen. Noch gibt's aber leider kein Handy, das über beides verfügt - Autofokus-Kamera und NFC.

Was haben die Kunden vom Mobilien Einkaufsassistenten?

Das Handy gehört zu unseren persönlichsten Dingen. In Verbindung mit der Software bietet der MEA den Kunden mehr Komfort, mehr Information und ein besonderes Einkaufserlebnis. Kunden können ihre Einkaufslisten bereits zu Hause oder unterwegs erstellen. Damit verkürzt sich die Produktsuche im Markt. Zusätzlich lassen sich über den Strichcode weitere Informationen über Produkte oder Tipps zur Ernährung und Fitness abrufen. Schlussendlich verkürzen sich auch die Wartezeiten an den Kassen deutlich.

in die Produktion. An der Frische-Bedientheke bereiten über 30 Angestellte rund 20 verschiedene Wurstsorten zu. Die Fachmetzgerei setzt außerdem Radiofrequenz-Identifikation ein. Entnimmt ein Kunde aus der intelligenten Kühltruhe einen mit einem Smart Chip versehenen Artikel, so registriert das installierte Lesegerät dies automatisch. Damit lässt sich die Produktion von frischem Fleisch im Markt exakt planen und die Qualitätssicherung optimieren. „Durch die Erweiterung der Informationen über die bisherigen Standards hinaus und ihre schnelle Übermittlung mittels Funktechnologie können wir enorme Prozessverbesserungen erreichen“, betont Henning Kagermann, Vorstandssprecher SAP. Sein Unternehmen sei überzeugt, dass große Nutzenpotenziale im Geschäftsnetzwerk zwischen Handels-, Konsumgüter- und Logistikbereich liegen.

Bei der intelligenten Kühltruhe kommen insgesamt 50 RFID-Lesegeräte mit rund 200 Antennen des Unternehmens Impinj aus Seattle zum Einsatz. Die Smart Chips an den Verpackungen der Fleischprodukte stellen der Etikettenanbie-

ter Avery Dennison und Impinj bereit. Für die RFID-Technologie nutzt die Metro Group den von der europäischen Regulierungsbehörde freigegebenen Standard des European Telecommunications Standards Institute (ETSI) in dem Frequenzband von 865 bis 868 Megahertz (MHz).

■ Alle Varianten im Kassensbereich

Zum Abschluss des erlebnisreichen Einkaufs müssen Kunden an ihrem Mobilien Einkaufsassistenten nur noch die Funktion „Einkaufen beenden“ wählen. Das Display zeigt dann automatisch einen Strichcode mit der Gesamtsumme des Warenkorbs an. Im Anschluss erfolgt die Bezahlung an einer herkömmlichen Kasse oder an einer Selbstbedienungs-Kasse per Karte und sogar schon mittels Fingerabdruck. ■

Autor

Werner Bruckner

ist freier Journalist.