



ADLER Modemärkte setzen auf RFID und Roboter für die Warenbestandserfassung. ADLER Modemärkte werden den seit 2015 im Test befindlichen RFID-Serviceroboter im Zeitraum April bis August 2019 in 40 ADLER Modemärkten ausrollen und dauerhaft einsetzen. Mit einer Erfassungsrate von 99% erkennt der Roboter „Tory“ täglich Fehlbestände, damit Nachbestellungen zeitnah ausgelöst werden können.

Robotics sind neben Artificial Intelligence und targeted Content nach wie vor eines der Top Themen, die nicht nur im Handel omnipräsent sind. Die Zukunftsvision einer „menschenähnlichen“ Maschine, die nicht nur Aufgaben des Menschen übernimmt, sondern auch kommuniziert, hat ihren Reiz nicht verloren, eben auch nicht für den Handel.

So navigiert „Paul“ im Saturn Markt in Ingolstadt Kunden durch den Markt und ruft bei Bedarf einen Verkaufsberater.

Über „Tory, den Serviceroboter, der seit 2015 in fünf ADLER Modemärkten auf Herz und Nieren getestet wird, haben wir [hier](#) bereits berichtet. Just heute reichte uns dann die Meldung, dass die Testphase erfolgreich beendet ist und nun ein Rollout vorbereitet wird.

40 Modemärkte werden bis August 2019 mit „TORY“ ausgestattet

ADLER Modemärkte werden den von MetraLabs entwickelten RFID-Serviceroboter im Zeitraum April bis August 2019 in 40 ADLER Modemärkten ausrollen und dauerhaft einsetzen. Carmine Petraglia, Chief Commercial Officer der Adler Modemärkte AG kommentiert: „Nach einer ersten Testphase hat „TORY“ in den letzten drei Jahren in fünf ADLER Modemärkten seine Zuverlässigkeit und Wirtschaftlichkeit unter Beweis gestellt“. Nur konsequent, dass in Zukunft alle dafür baulich geeigneten ADLER Modemärkte mit „TORY“ für die automatisierte Bestandsaufnahme ausgestattet werden.

„TORY“ startet mit Bestandsaufnahme

„TORY“ startet nach Ladenschluss die Bestandsaufnahme, indem er sich selbstständig durch die Verkaufsfläche bewegt und auf seinem Weg die RFID-Tags der Waren scannt. Er erfasst so die Anzahl und die genaue Position der Produkte, sodass Fehlbestände täglich erkannt und Nachbestellungen zeitnah ausgelöst werden können, wobei die Erfassungsrate von 99% überzeugt. Dank Navigationssoftware orientiert sich „TORY“ an bestehenden Regalen und Wänden und weicht Hindernissen aus und kehrt nach Abschluss der Bestandserfassung selbstständig auf seine Ladestation zurück.

Die Weiterentwicklung ist bereits im Test

Bereits in Tests befindliche zukünftige Funktionen von „TORY“ sind die bildbasierte Regallückenerkennung und der Planogrammcheck im Lebensmitteleinzelhandel sowie der Warentransport. Das Team von MetraLabs, den Entwicklern von „TORY“, hat sich das Ziel

gesetzt, Serviceroboter im Einzelhandel zu etablieren, um die Warenverfügbarkeit zu erhöhen, Einkaufserlebnisse zu schaffen und Arbeitsprozesse angenehmer zu gestalten.

Technologieführer im Handel

Nachdem das Unternehmen ADLER Modemärkte bereits Anfang 2014 mit der flächenweiten Einführung der RFID-Technologie die Voraussetzungen für den Einsatz von „TORY“ geschaffen hatte, gilt der jetzige Rollout als weiterer Meilenstein in Zeiten der Digitalisierung. „Eine Besonderheit bei ADLER ist sicherlich, dass solche innovativen Themen durch eigene Ressourcen ausgearbeitet und vorangetrieben werden“, kommentiert Patrick Schiller, Bereichsleiter IT, das bislang erreichte.

Der ROI ist gesichert

ADLER geht von einer durchschnittlichen Nutzung des Roboters von fünf bis sieben Jahren aus. Die Kosten für die Einführung werden durch die deutliche Reduzierung der manuellen Tätigkeiten ausgeglichen. Beispielsweise übernimmt der Roboter Inventuraufgaben, sodass komplett auf die Stichtagsinventur durch einen externen Dienstleister verzichtet werden kann. Der Return on Investment (ROI) wird entsprechend bereits nach 1,5 Jahren erreicht.

Der Kunde hat auch etwas davon

Der größte Nutzen für den Kunden der ADLER Modemärkte besteht in der besseren Warenverfügbarkeit: Durch die höhere Transparenz der Warenbewegungen können Kundenbedürfnisse besser erkannt werden und sollen zukünftig stärker in der Allokation berücksichtigt werden. Zudem werden Mitarbeitern in Zukunft zeitaufwendige Aufgaben erspart, damit sie ihren Fokus noch intensiver auf den Kundenservice legen können.