



Endlich war es soweit: Nachdem vor 1 1/2 Jahren Amazon seinen kassenlosen Store als nichtöffentlichen Piloten gestartet hatte ([wir berichteten hier](#)), wagt sich Saturn am 8. März 2018 mit einem kassenlosen Store aus der Deckung. Endlich, wir haben lange darauf gewartet ([siehe diesen Artikel](#)) und sind dankbar, dass endlich ein Händler (und dann auch noch ein großer Filialist) diesen Prototypen testet. Unterschied zu Amazon: Man testet mit echten Kunden (also nicht mit eigenen Mitarbeitern), einer einfacheren und bewährten Technik, die durch das andere Sortiment (Consumer Electronics) begünstigt wird. Leider schließt der Store Ende Mai schon wieder.

## Wie das Konzept funktioniert

MediaSaturn hat in seinem Accelerator RetailTech Hub das UK-Startup [Mishipay](#), das kassenloses Einkaufen ermöglicht. Mittels der Saturn Express App werden die Artikel gescannt, die durch einen RFID Tag und dem zugehörigen QR Code serialisiert sind, und anschließend bezahlt. In einer Datenbank werden die Artikel als bezahlt gekennzeichnet, so dass die elektronische Artikelsicherung am Ausgangsgate nicht anspricht.

Kleine Info am Rande: Diese Technologie ist nicht neu. Bereits 2007 wurde in einem großen RFID Trial in Essen ein vergleichbares Konzept entwickelt. Interessant: Das Know How darüber war bereits im Metro-Konzern, denn es wurde von deren Future Store Initiative entwickelt. Leider ist das Wissen in dem Konzern aktuell nicht mehr vorhanden und muss dann nach über 10 Jahren scheinbar neu eingekauft werden.

Basis dafür ist der (auch von der Metro 2003 mitentwickelte) EPCIS-Standard, nach dem diese Technologie weltweit funktioniert. Ob Mishipay nach diesem Standard arbeitet, lässt sich mit Sicherheit nicht sagen. Das Vorhandensein des typischen 13 stelligen Codes lässt aber darauf schließen.



## Wie ist der Store ausgestattet?

Im Innsbrucker Einkaufszentrum Sillpark belegt der Store im Erdgeschoss knapp über 100 Quadratmeter. Das Sortiment beschränkt sich dabei auf die klassischen Mitnahmeartikel

wie Kabel, Adapter und Kopfhörer. Der Ladenbau ist an dem Saturn Standard angelehnt und bietet keine ladenbautechnischen Überraschungen. Als Gag findet man einen Social Media- und Feedback Terminal von XPlace. Details zeigen die Bilder in unserer Galerie.



## Warum wird der Store wieder zurückgebaut?

Diese Frage können wir natürlich nicht beantworten. Der Standard hat in einem Interview aber das Statement des Geschäftsführers bekommen, dass der Store „über den Erwartungen“ liegt. Jetzt kennen wir die Erwartungen natürlich auch nicht. In einem derartig disruptiven Piloten darf es eigentlich nur eine Erwartungshaltung geben: Lernen durch frühes Scheitern statt Frequenz und Umsatz. Man muss den Shopper schließlich auf ein vollkommen neues Shopperverhalten konditionieren, das geht nicht innerhalb weniger Wochen. Diese Erfahrung hat jeder gemacht, der z.B. Click&Collect Projekte oder Vergleichbare umgesetzt hat.

Die Frequenz ist auf Grund der Disruption daher auch eher verhalten. Lt. der Aussage des

Store Mitarbeiter kaufen täglich „zwischen null und zehn Kunden“ (O-Ton) dort ein.

## Unser Fazit

Als Zukunft des Einkaufens begrüßen wir naturgemäß jede Initiative, deren Lösungen genau auf diese 3 Worte einzahlen. Aus langer Erfahrung im Bereich Retail Innovation wissen wir aber, dass neue Konzepte einen langen Atem brauchen. Leider sieht man diesen bei vielen Unternehmen nicht, wie wir bereits beim P&C Curated Shopping Trial in Düsseldorf gesehen haben (der wurde nach wenigen Wochen eingestellt). Wenn es um die Konditionierung der Shoppers geht, kann man durchaus mehr Zeit zur Verfügung stellen. Was durchaus interessant wäre: Einen normalen Saturn zusätzlich mit der Möglichkeit auszurüsten, aber vielleicht ist das ja der nächste Schritt. Es bleibt spannend!