



Die Zukunft des Einkaufens – das haben schon viele Händler versucht. Zur Zeit mehren sich die Berichte über die sogenannten Future Stores, die die Zukunft des Einkaufens ausprobieren oder zeigen wollen. Die Idee bzw. das Konzept ist allerdings nicht neu: Schon vor über 10 Jahren hat die METRO Group mit ihrem Future Store und der Future Store Initiative die Zukunft des Einkaufens pilotiert.

Immer mehr Händler haben in der Zwischenzeit dieses Konzept aufgegriffen und Future Stores, Supermärkte der Zukunft oder Konzept-Stores eröffnet. Einige aktuelle Beispiele:

Zukunft des Einkaufens: Coop in Mailand

In Italien eröffnete Coop einen Markt mit modernster Technik für den Lebensmittelhandel. In Zusammenarbeit mit Accenture wurde dieser „Supermarkt der Zukunft“ entwickelt. Er verbindet die physische mit der digitalen Welt.

Informationen zu den Produkten werden auf großen interaktiven Flächen präsentiert. Sie reagieren auf Gestensteuerung der Kunden. So werden Preisinformationen wie auch Herkunftsland, Nährwertangaben, ähnliche Produkte und auch Promotion-Aktionen eingeblendet. Möglich wird dies durch Kinect-Sensoren, die die Kundenbewegungen auswerten.

Auch bei der Warenpräsentation geht das Coop neue Wege. Dabei werden Artikel vertikal in den Regalen präsentiert. In Echtzeit stehen auf einem zentralen großen Bildschirm zusätzliche Informationen zur Verfügung. Das Angebot reicht von Zubereitungstipps, Sonderangeboten aber auch Beiträgen aus sozialen Netzwerken, wie z.B. aus dem Coop Facebook Account.



“Through Coop’s Supermarket of the Future, we are bringing to life how the physical and the digital are capable of converging to create an engaging and immersive grocery shopping experience,” sagt Alberto Pozzi, Accenture Retail Practice aus Italien.

Zukunft des Einkaufens: Amazon Go in Seattle

Seit kurzem wagt nun auch Amazon einen Anlauf das stationäre Shopping-Erlebnis zu revolutionieren. Im amerikanischen Seattle präsentiert Amazon einen Convenience-Store (Amazon Go), der unter Nutzung von Sensorik, Kameratechnik und Auswertungsalgorithmen (Sensor Fusion) ein neuartiges Kundenerlebnis anbietet. Einzigartig ist auch, dass es keine Kassen mehr in dem Markt gibt.

Kunden nutzen ihre Amazon Go App, wenn sie den Markt betreten. Im Markt verkauft Amazon „ready-to-eat“-Produkte, Desserts und Snacks. Wenn der Kunde einen Artikel aus dem Regal in den Einkaufswagen legt, wird dies von Kameras erkannt - ebenso wie der Kunde. Beim Verlassen des Marktes werden die Käufe dem Amazon-Account des Kunden in Rechnung gestellt.



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

Aktuell dürfen nur Amazon-Mitarbeiter im Markt einkaufen und diesen testen. Anfang 2017 öffnet der Markt für die Öffentlichkeit.

Zukunft des Einkaufens: Lidl Schweiz Future Store

Lidl Schweiz eröffnete in Winterthur die erste Filiale der neuen Generation. Dieser Filialtyp setzt im Bereich Kunden-, Mitarbeiter- und Umweltbedürfnisse neue Maßstäbe.

Die Kunden betreten die Filiale durch einen offen gestalteten und kombinierten Ein- und Ausgangsbereich.

In Winterthur wird der Future Store durch die Nutzung der Abwärme aus den Kühlanlagen beheizt. Er hat eine kostenlose E-Tankstelle für Elektro-Autos. Zudem verfügt die Anlieferungsrampe über eine LKW-Ladestation. Die gesamte Filiale sowie der Aussenbereich werden ausschliesslich mit effizienten LED-Lampen nach neustem Standard beleuchtet.



Zukunft des Einkaufens: Real „Markthalle Krefeld“

Am 17. November 2016 hat Real in Krefeld einen neuen Konzeptmarkt eröffnet. Mit einer ausgebauten Frischwarenabteilung inklusive Gastronomie, einem emotional gestalteten Nonfood-Areal, vollständig neuen Sortimentsstrukturen und erweiterten Services will sich Real vom ehemals preisorientierten Image der SB-Warenhäuser entfernen und einen Erlebniseinkauf bieten.



Als wichtigen Bestandteil der „Zukunft des Einkaufens“ sieht Real das Geschmackserlebnis. Es begrüßt seine Kunden im Eingangsbereich mit Frischwaren im Markthallen-Flair. Die sog. „Manufaktur des guten Geschmacks“ umfasst neben der Obst- und Gemüseabteilung eine Handwerksbäckerei, Kaffeerösterei, einen Konditor, eine Pizza & Pasta-Manufaktur, Vinothek mit Weinbar und Weinkabinett, einen Käse- und Fischstand, eine Metzgerei sowie eine Austernbar, Salat-, Smoothie- und Sushibar. Dekorative Straßenlaternen und Vordächer aus Stoff versprühen Markthallen-Flair. In Flechkörben werden Gemüse und Obst präsentiert. Zudem finden sich überall im Markt – auch im Bereich des Trockensortiments – diverse Arten von Holzkisten wieder, die die Produkte in Szene setzen.

Die Nonfood-Abteilungen beinhalten u.a. eine „Innovation Lounge“ mit Smartphones, Tablets, Notebooks, Fernsehern und Spielkonsolen sowie den so genannten „Mein Familie“-Bereich, in dem Eltern diverse Waren für die ersten Lebensjahre ihrer Kinder finden.

Zahlreiche Services werden angeboten: Mit NFC oder Payback Pay bezahlen, den Bon Online auf dem Mobiltelefon abrufen, Self-Checkout-Kassen, freies Wlan, Onlineshopping-Terminals im Markt und bald auch „Click & Collect“ – weiter Details in der [Broschüre](#).

Metro Group Future Store

„Erleben Sie mit uns die Zukunft des Einkaufens“ - In unserem neuen Supermarkt in Rheinberg erleichtern Ihnen eine Vielzahl interaktive Kiosksysteme die Produktauswahl und alle unsere Einkaufswagen sind mit innovativer RFID Technologie ausgestattet. Die Einkäufe werden automatisch per Funk beim Check-out gescannt. Kunden müssen die Artikel nicht mehr gesondert aufs Kassenband legen. Zum Schluss bezahlen die Kunden alles bequem via NFC-Handy.



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

So las sich im Jahr 2006 das Verkaufsprospekt des Metro Future Stores. Zuvor wurden die

Technologien auf der CeBIT in Hannover von Bundeskanzlerin Angela Merkel erfolgreich getestet. Den Weg auf die Fläche in die vielen tausend Filialen haben nur wenige Assistenzsysteme bislang gefunden. RFID indes ist in vielen Bereichen der Supply Chain nicht mehr wegzudenken und auch kontaktlose NFC-Kassenterminals sind zunehmend Standard. Nach dem Future Store in Rheinberg wurde ein anderer Zukunftsmarkt in einem real-Markt in Tönisvorst eröffnet.

Fazit

Den stationären Händlern und auch Amazon ist es hoch anzurechnen, dass sie alle das Einkaufserlebnis des Kunden verändern möchten und mit zukünftigen Einkaufswelten experimentieren. Jeder auf seine Art und mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Und das in realen Märkten und Geschäften. Nur so kann erfahren werden, was Kunden möchten und was sie akzeptieren. Denn der Kunde steht im Mittelpunkt.

Bilder und Videos: StockSnap, Coop/Accenture, Lidl, Real, Metro Group, Amazon