



Viele große Einzelhandelsketten probieren Geschäfte ohne Verkäufer und Kassierer aus. So soll angeblich das Geschäft der Zukunft aussehen. Diese Geschäfte können 24 Stunden geöffnet sein, haben geringe Personalkosten und erheben Daten über das Kaufverhalten und funktionieren mit verschiedenen Technologien. Wie sehen die unterschiedlichen Systeme aus und wie weit ist der Stand der Technik?

Verkäuferlose Geschäfte werden verstärkt pilotiert

Es ist Samstagabend in einer deutschen Kleinstadt gegen 22.00 Uhr. Familie Müller merkt plötzlich, dass sie keine Babynahrung mehr hat. Die Geschäfte haben bereits geschlossen und an der Tankstelle gibt es keine Babynahrung. Was tun? Familie Müller geht einkaufen in einem Geschäft ohne Verkäufer, nachts, wenn die anderen Geschäfte geschlossen sind, und kauft Babynahrung und einiges mehr. Sind verkäuferlose Geschäfte ein neuer Hype oder ein Trend, der sich durchsetzen wird?

Verkäuferlose Geschäfte ohne Mitarbeiter und Verkäufer entwickeln sich zu einem Phänomen. Große filialisierte Ketten pilotieren damit. In Asien wird dieser Nischenmarkt zusätzlich besetzt. Gerade in Asien werden diese Geschäfte verstärkt besucht durch

Kunden, die zum einen technisch versiert sind und zum anderen eher Produkte rund um die Uhr einkaufen wollen als einen persönlichen Service suchen. Beispiele für derartige Geschäfte gibt es mittlerweile überall in der Welt. Ist das eine Modeerscheinung oder die Zukunft des stationären Einkaufens?

Verkäuferlose Geschäfte in den USA

Ein Beispiel ist sicherlich **Amazon Go** in den USA. Dort pilotiert Amazon mit einem Geschäft ohne Kassen und auch recht wenig Personal. Rein in das Geschäft, Waren in den Rucksack stecken und einfach wieder rausgehen? Was normalerweise einem Ladendiebstahl entspricht, ist bei Amazon Go erwünscht.

Das liegt an einem wichtigen Detail: Käufer identifizieren sich mit einem QR-Code, um in den Laden einzutreten. Sie haben vorher die Amazon Go App heruntergeladen. Einmal heruntergeladen, müssen sie sich in der App anmelden und eine von zwei Kreditkarten auswählen, die hinterlegt sind. Nach dem Einkauf und nach dem Austritt aus dem gesperrten Bereich kommt eine Rechnung per App und der Kunde hat bezahlt.

Amazon hat mittlerweile einen zweiten Amazon Go-Markt in den USA eröffnet. Zu Amazon sieht auch unseren Beitrag „Keine Kassen, keine Schlangen – Amazon Go zeigt wie es geht„.

Im Jahr 2016 eröffnete **Farmhouse Foods** in der ländlichen Stadt Minnesota in Neu-Prag seinen verkäuferlosen 24-Stunden-Selbstbedienungsladen. Die Idee entstand, als Farmhouse merkte, dass die Käufer zu sehr unkonventionellen Zeiten einkauften und sie darüber hinaus viele Pendler nicht erreichten, die sich mit lokalen und biologischen Lebensmitteln eindecken wollten.

Wie funktioniert das Geschäftsmodell? Die Kunden zahlen jährlich 100 Dollar, um sich für eine Keycard zu registrieren, mit der sie rund um die Uhr Zugang haben. Kameras zeigen, wann Kunden kommen und was sie kaufen. Es geht jedoch mehr darum, ein kuratiertes Sortiment anzubieten und die Bedürfnisse der Kunden zu verstehen.

Verkäuferlose Geschäfte in Europa

Die Lösung, zumindest in diesem Fall, ist ein unbemannter Convenience Store namens **Naraffar**, ein 45 Quadratmeter großer C-Store, der rund um die Uhr für Kunden mit einer Bank-App geöffnet ist, die es ihnen ermöglicht, die Tür zu öffnen und Lebensmittel durch Scannen mit ihrem Handy aufzuladen.



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

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

Verkäuferlose Geschäfte in Asien

Eines der am häufigsten genannten Beispiele für verkäuferlose Geschäfte in Asien ist

BingoBox. Ein Technologie-Startup, mit Einzelhändler Technik anbot, um ihre verkäuferlosen Geschäfte zu eröffnen, betreibt mittlerweile heute etwa 200 eigene Geschäfte in China, einem der wichtigsten Märkte für dieses Format. Das Unternehmen plant weiter in Südkorea, Hongkong und Malaysia zu expandieren.

In den BingoBox-Geschäften öffnen die Käufer die Tür mit WeChat, einem beliebten Messaging-Service in China, und scannen dann den Barcode jedes Produkts. Am Ende des Einkaufs bezahlen sie per Mobiltelefon mit WeChat oder Alibaba's Handy-App Alipay. Eine Kamera scannt die Kunden auf dem Weg nach draußen, um sicherzustellen, dass sie nur das mitnehmen, wofür sie bezahlt haben, und überprüft, ob nicht registrierte Benutzer die Gesichtserkennung verwenden. Die Gesichtserkennung wird auch für mobile Bezahlssysteme eingesetzt.



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

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

■ YouTube immer entsperren

Alibaba betreibt einen verkäuferlosen Supermarkt namens **Tao Café** in Hangzhou, der Hauptstadt der ostchinesischen Provinz Zhejiang. Der Kunde gelangt über Ticket-Eingänge, die denen in U-Bahn-Stationen ähneln, hinein. Das 200 Quadratmeter große Ladenlokal bietet Getränke, Fast-Food und Snacks an. Es kann 50 Kunden gleichzeitig beherbergen. Jeder Artikel, sein Standort auf dem Regal und seine Umsätze werden durch digitale Erkennung erfasst. Wenn Käufer das Geschäft verlassen, wird die Rechnung automatisch über das Bezahlkonto seines Mobiltelefons bezahlt.

Obwohl viel Technologie im Geschäft eingesetzt wird, gibt es auch ein menschliches Element. Käufer, die Probleme haben, können sich über einen Videolink mit einem menschlichen Kundenbetreuer verbinden.



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

[Mehr erfahren](#)

[Video laden](#)

YouTube immer entsperren

Zu den beiden Konzepten BingoBox und Tao Cafe haben wir auch in unserem Beitrag „Der Laden der Zukunft hat kein Personal. Wirklich?“

2017 testete 7-Eleven **Signature** in Südkorea seinen ersten verkäuferlosen Store und den „C-Store der Zukunft“. Käufer registrieren sich mit ihrer Lotte-Karte. Sie streichen einfach ihre Hand über ein biometrisches Verifikationssystem, um zu bezahlen. Beim HandPay-System geht es nicht um Fingerabdrücke. Es scannt Venenmuster in der Handfläche, einschließlich Größe, Farbe und Form, um Menschen zu identifizieren. Das gleiche System wird im Tabakautomat des Ladens verwendet, um Minderjährige am Zigarettenkauf zu hindern.

Darüber hinaus verwendet das Geschäft Kühlschränke mit Sensoren, die die Türen automatisch öffnen, wenn registrierte Kunden vorbeikommen. Für die Sicherheit wird geschlossenes Fernsehen verwendet.

Wheelys, ein schwedisches Startup, hat in Shanghai **MobyMart** etabliert, einen Supermarkt, der zum Kunden kommt. Eine App auf Ihrem Handy leitet MobyMart zu dem Standort des Käufers. Also eine Art Uber mit Essen. Die Artikel, die angeboten werden, sind zum sofortigen Verzehr geeignet aber auch Frischeartikel. Auf dem Leuchtschild steht schlicht „24 Hour Store“.

Seit kurzem ist das trapezförmige Gefährt auf den Straßen von Shanghai unterwegs. Der MobyMart ist in etwa so breit wie ein Lieferwagen, etwas länger als ein Kleinlaster und mit großen Schaufenstern ausgestattet. Der Wagen fährt umher und hält an verschiedenen Punkten in der Stadt. In der Moby-App kann man nachschauen, ob der Supermarkt gerade in der Nähe ist und ihn zu einem Parkplatz beordern. Für den Einkauf im Laden wird dann auch via App eingechekkt und so eine der beiden Glastüren geöffnet.

Das Fahrzeug, das auf den Straßen von Shanghai getestet wird, wird von einem Menschen gefahren, könnte aber in Zukunft automatisiert werden. MobyMart läuft mit Strom und ist mit Solarmodulen und Luftreinigern ausgestattet. Und einem holographischen Assistenten, falls der Kunde Hilfe benötigt.



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

[Mehr erfahren](#)

Video laden

YouTube immer entsperren

Aber auch Hersteller von Konsumgüter begeben sich in diese Nische. Die chinesische Hangzhou Wahaha-Gruppe, einer der größten Lebensmittel- und Getränkehersteller Chinas, pilotiert unter dem Label **TakeGo** einen automatisierten Convenience-Store. Wenn ein Kunde einen Artikel abholt, wird dieser automatisch in einen digitalen Einkaufswagen

gelegt und ebenso entfernt, wenn der Artikel ins Regal zurück gelegt wird. Die Käufe werden automatisch über Alipay abgerechnet, wenn die Kunden das Geschäft verlassen.

Die japanische Modekette Uniqlo plant die Einführung von **Uniqlo To Go**-Bekleidungsautomaten mit den beliebtesten Artikeln der Marke. Die Maschinen werden angeblich in Einkaufszentren und Flughäfen in den USA einschließlich Houston und New York aufgestellt. Das ist kein wirklich neues Konzept für japanische Unternehmen, die seit Jahren alles von High-End-Kameras bis hin zu Kobe Beef in Verkaufsautomaten anbieten.

Werden wir bald nur noch in verkäuferlosen Geschäften einkaufen?

Es ist relativ leicht zu erfassen, wie angenehm kleine, verkäuferlose Geschäfte sind. Insbesondere für eine Branche, die über hohe Lohn- und Arbeitskosten, sinkende Umsätze pro Quadratmeter, aufwändige Kassiervorgänge und die Online-Konkurrenz, klagt. Da kommen solche verkäuferlosen Geschäfte gerade recht, zumal für das Betreiben wenig Personal benötigt wird. Allerdings sind die Investitionen in die notwendigen Technologien für diese Geschäfte nicht gerade gering.

Mit der Entwicklung der verkäuferlosen Geschäfte wollen die Händler vor allem die ländliche Versorgung verbessern. Ob dieses Konzept dort angenommen wird, ist zu bezweifeln, denn gerade dort leben viele ältere Menschen, die auf Beratung und Unterstützung bei der Technik angewiesen sind.

Sicherlich werden diese verkäuferlosen Geschäfte an einigen Standorten Erfolg haben. Wir haben uns ja auch schließlich an die Idee der Drohnenflugzeuge gewöhnt - warum nicht auch automatisierter stationärer Einzelhandel. Aber sie werden hoffentlich nicht zur Alternative für den stationären Einzelhandel mit Dienstleistung und Service. Und mit menschlicher Interaktion, Beratung und Bedienung, die wir Käufer so schätzen. Also Ergänzung und nicht Ersatz. Stationäre Einzelhändler können sogar über sogenannte Vending-Maschinen einen 24-Stunden Service bieten.