

06.05.2021

So einfach wie nie zuvor: REWE testet neue Wege des Lebensmitteleinkaufs

“Pick & Go”: Anmelden, Einkaufen, Rausgehen - Beleg für Innovationsführerschaft im deutschen LEH

Autor:in
Andreas Wegner
Pressesprecher E-Commerce



Vorratseinkauf, Pausensnack oder nur schnell ein paar Kleinigkeiten – Click & Collect, Scan & Go, ganz klassisch an der Kasse bezahlen oder Online-Bestellen und nach Hause liefern lassen. Das Einkaufen in Deutschlands Supermärkten ist so vielfältig geworden, wie nie zuvor. REWE geht jetzt einen Schritt weiter und testet als erster Anbieter in Deutschland das Einkaufen mit der sogenannten “Pick & Go” Technologie. In einem Markt in der Kölner Innenstadt sollen Kundinnen und Kunden ab Spätsommer 2021 die Möglichkeit haben, ihre Einkäufe künftig schnell, einfach, kontaktreduziert und sicher – ohne Bezahlvorgang an der Kasse – zu kaufen. Anfang Mai startet der Test für einen ausgewählten Kreis von Mitarbeitenden. Das klassische Einkaufen mit Bezahlen an der Kasse ist weiterhin fester Bestandteil des Konzeptes.

Von außen wirkt der REWE-Markt in der Zeppelinstraße unweit vom Kölner Neumarkt zunächst wie ein regulärer Supermarkt. Aber schon beim Betreten fallen die deutlichen Datenschutzhinweise und die moderne Eingangsschranke auf. Ab hier wird es innovativ: Kundinnen und Kunden, die den autonomen Check-out, also das Einkaufen ohne aktiven Kassierervorgang an der Kasse, nutzen wollen, melden sich per spezieller App an der Schranke an. Nun können sie alle gewünschten Produkte aus den Regalen nehmen, einpacken – und am Ende einfach aus dem Markt spazieren. Die Rechnung erscheint im Nachgang automatisch in der App. Und sollte es einmal Unstimmigkeiten geben, die Reklamation wird ebenso einfach über die App ausgelöst. Für individuelle Fragen stehen wie gewohnt das Marktpersonal oder eine Hotline zur Seite.

Obst und Gemüse, Trockensortiment, Tiefkühlprodukte – selbst der frisch gebrühte Latte Macchiato für unterwegs werden so eingekauft. Intelligente Kameras und Sensoren in den Regalböden sowie weitere Hightech-Bausteine wie Server, Switches und rund sechs Kilometer Highspeed-Netzwerk-Kabel sind das Herzstück des Systems. Die Kundinnen und Kunden sind auf den für den Einkauf erfassten Bildaufnahmen nicht persönlich erkennbar. Europaweit gehört der Kölner Markt zu den ersten Supermärkten, die hybrides Einkaufen auf diese Art und Weise unter Realbedingungen ermöglichen.

Neues Einkaufserlebnis, einfach aber sicher

“Wir belegen mit diesem Projekt einmal mehr, dass wir beim Thema Einkaufen im Supermarkt hierzulande zu den innovativsten Unternehmen gehören. Das bedeutet aber mehr als reiner Hightech-Fokus. Für uns steht vor allem das Einkaufserlebnis unserer Kundinnen und Kunden und das Feedback unserer Kolleginnen und Kollegen bei der täglichen Arbeit im Markt im Vordergrund. In der Theorie lassen sich viele Prozesse und Abläufe simulieren – am Ende zählen aber vor allem die Menschen, die Interaktion und das persönliche Feedback”, sagt REWE-Bereichsvorstand Peter Maly.

Bereits seit über zwei Jahren beschäftigt sich REWE mit dem Thema, hat sich weltweit nach starken Technologiepartnern umgesehen und bei REWE digital im Kölner Carlswerk erste eigene Entwicklungen angestoßen. “Die technologische Entwicklung macht rasante Fortschritte. Hier gilt es, die richtigen Partner zu identifizieren. Außerdem gibt es im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels mit seinen unterschiedlichen Formaten, seinen breiten Sortimenten und den vielfältigen Anforderungen, insbesondere auch beim Datenschutz in Deutschland, weitere entscheidende Faktoren zu beachten”, so Christoph Eltze, Bereichsvorstand Handel Deutschland.

“Family & Friends“-Test mit ausgewählten Mitarbeitern startet

Nach der erfolgreichen Einrichtung der Technologie und Programmierung einer speziellen “Pick & Go“-App startet jetzt der REWE-interne Test: “Wir werden einige Wochen lang das System auf Herz und Nieren testen, bevor unsere Kundinnen und Kunden zum hybriden Einkaufen eingeladen sind. Es ist für uns wichtig, dass alle erdenklichen Einkaufsvorgänge unter echten Bedingungen auf den Prüfstein kommen. Funktionieren alle Komponenten so, wie wir es geplant und simuliert haben? Wie intuitiv ist der Prozess in der App? Werden alle Produkte im Markt richtig erkannt? Werden die Produkte in der

Rechnung richtig dargestellt? Wie gut wird die Möglichkeit zur Reklamation angenommen? Wie erleben unsere Kolleginnen und Kollegen das hybride Einkaufen im Arbeitsalltag? All dies und noch vieles mehr testen wir“, erklärt Anika Vooes, Projektleiterin aus dem Bereich Research & Innovation bei REWE digital. Bewähren sich System und Prozesse im Markt, dann erfolgt der Startschuss für den Einkauf im Spätsommer 2021. Vooes: “Neben dem Einkaufserlebnis der Kundinnen und Kunden haben Datensicherheit und Stabilität für uns oberste Priorität. Darüber hinaus stehen wir in engem Austausch mit der Datenschutzaufsichtsbehörde in NRW.”

Wie bei Märkten in dieser Größe üblich, sind aktuell 13 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie eine Marktleitung in der Zeppelinstraße tätig. Der Betriebsrat ist umfänglich in das Projekt eingebunden. “Von Anfang an war klar für uns: Kundinnen und Kunden schätzen die Möglichkeit des persönlichen Kontaktes. Fragen zu Produkten, zum Sortiment, zu Angeboten oder Beratung beim Einkauf, all dies wird künftig mehr Raum bekommen. Und wer das persönliche Bezahlen des Einkaufs an der Kasse bevorzugt, kann das auch in diesem Markt jederzeit tun“, so Stefan Weiß, Geschäftsbereichsleiter Vertrieb bei REWE.

Internationale Technologie-Partnerschaft

REWE arbeitet in diesem Projekt mit Trigo Vision Ltd. zusammen, einem auf Computer-Vision-Technologie spezialisierten Unternehmen. Die Lösung von Trigo erstellt ein 3D-Modell eines Supermarktes, um die Umgebung und die Bewegungen darin digital abzubilden, so dass die Kunden Artikel auswählen und mit ihnen hinausgehen können, während ihre Privatsphäre geschützt wird.

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 26,5 Mrd. Euro (2020), bundesweit 161.000 Mitarbeitern und 3.700 Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-Kaufleute betrieben.

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2020 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 75 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 22 europäischen Ländern präsent.

