26.10.2021

Europapremiere: Offizieller Start des ersten hybriden Supermarkts mit kassenloser Bezahlmöglichkeit für alle Kundinnen und Kunden

“Pick&Go” macht es möglich: Anmelden – Einkaufen – Rausgehen

Autor:in
Andreas Wegner
Pressesprecher E-Commerce

Ellyes Skhiri (l.) und Thomas Kessler (Mitte) vom 1. FC Köln eröffnen mit REWE-Marktmanager Darius Malucha den ersten Pick&Go-Markt für die Kunden.

- “Pick&Go” macht es möglich: Anmelden – Einkaufen – Rausgehen
- Nach intensiver Testphase jetzt für die Öffentlichkeit nutzbar
- FC-Stars Ellyes Skhiri und Thomas Kessler sind die ersten Kunden

Als erster Anbieter im deutschen Lebensmitteleinzelhandel bietet REWE seinen Kundinnen und Kunden ab sofort den sogenannten hybriden Einkauf an: Klassisch an der Kasse bezahlen oder innovativ ohne Kassenvorgang mittels “Pick&Go”. Nach rund fünf Monaten intensiver Testphase hält das High-Tech-

System als zusätzliche Option jetzt Einzug in den Einkaufsalltag der Kundinnen und Kunden in Köln. Nutzen sie “Pick&Go”, werden mittels Kamera- und Sensortechnologie die Einkäufe sicher und datensparsam erfasst und nach Verlassen des Marktes ohne Kassenvorgang automatisch abgerechnet. Schneller, komfortabler und einfacher kann ein Einkaufsvorgang aktuell kaum sein. Davon überzeugten sich bei der Eröffnung Ellyes Skhiri und Teammanager Thomas Kessler vom 1. FC Köln, die den ersten offiziellen Einkauf im Markt per “Pick&Go” machten. Jeder Griff ins Regal war hier ein Volltreffer.

Bequem, schnell, kontaktreduziert und sicher - ohne Bezahlvorgang an der Kasse lassen sich im Markt in der Nähe zum Kölner Neumarkt nun Vorratseinkauf, Pausensnack oder nur schnell ein paar Kleinigkeiten einkaufen. Seit Anfang Mai testete REWE mit einem Kreis von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern “Pick&Go” auf Herz und Nieren. Mehr als 300 Kolleginnen und Kollegen generierten rund 3.000 Einkäufe, packten dabei rund 15.000 Produkte in ihre eigenen Rucksäcke und Taschen und verließen ohne Kassiervorgang den Markt.

Von außen wirkt der REWE Markt in der Zeppelinstraße dabei zunächst wie ein regulärer Supermarkt. Die deutlichen Datenschutzhinweise und die moderne Eingangsschranke lassen erkennen, dass hier innovativ eingekauft werden kann. Dabei ist es für Kundinnen und Kunden denkbar einfach: Nutzen sie den autonomen Checkout, also das Einkaufen ohne aktiven Kassiervorgang an der Kasse, melden sie sich per “Pick&Go”-App von REWE 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 automatisch und zügig im Nachgang in der “Pick&Go”-App. Und sollte es einmal Unstimmigkeiten geben, kann die Reklamation in den ersten 24 Stunden nach Kauf ebenso einfach per “Pick&Go”-App erfolgen. Anschließend können sich die Kundinnen und Kunden unkompliziert an den Kundenservice wenden. Für individuelle Fragen steht wie gewohnt das Marktpersonal zur Seite.

Dabei steht das gesamte Sortiment des Marktes zur Verfügung: Frische Backwaren, Obst und Gemüse, Trockensortiment, Tiefkühlprodukte - selbst heiße Speisen wie Leberkäse und Rosmarinkartoffeln oder der frisch gebrühte Latte Macchiato für unterwegs werden so eingekauft. Intelligente Kameras und Sensoren in den Regalböden sowie weitere Hightech-Bausteine und rund sechs Kilometer Highspeed-Netzwerk-Kabel sind das Kernstück des Systems.

Datenschutz war und ist ein zentraler Aspekt bei der Entwicklung und beim Betrieb des Systems: Die von Kundinnen und Kunden erfassten Bildaufnahmen werden datensparsam verarbeitet und dienen ausschließlich dazu den kassenlosen Einkauf in einem hybriden Markt zu ermöglichen. Das System erfasst ausschließlich Daten, um zu erkennen, welche Produkte entnommen bzw. zurückgelegt werden. Es findet weder eine Gesichtserkennung statt, noch kann das System Kundinnen und Kunden nach einem Besuch im Markt wiedererkennen. Europaweit ist der Markt in der Zeppelinstraße unter den ersten Supermärkten, die hybrides Einkaufen auf diese Art und Weise Kundinnen und Kunden unter Realbedingungen ermöglichen.

Gemeinsam einpacken, auf eine Rechnung: Gruppeneinkauf möglich

Hohe Erkennungsraten, schnelle Prozesse und großes Engagement der beteiligten Entwicklungsteams sorgten für eine erfolgreiche Testphase, in der auch der sogenannte Gruppeneinkauf realisiert wurde: “Uns war es natürlich wichtig, alle Anwendungsfälle der Kunden abzubilden. Häufig gehen unsere Kunden als Partner, Kollegen, Freunde oder ganze Familie einkaufen. Für diese Situationen muss ‘Pick&Go’ zuverlässig erkennen, welche Gruppe gemeinsam einkauft, wer die Rechnung bekommt und

wer damit den Einkauf bezahlt. Das haben wir ebenfalls umgesetzt", erklärt Anika Vooes, Projektleiterin aus dem Bereich Research & Innovation bei REWE digital." „Das System erfasst dabei jeden Nutzer und jede Nutzerin als fortlaufende Nummer und deren Skelettmerkmale. Jede Armbewegung beim Griff ins Regal wird als Aktion erkannt und bewertet: Greift die Kundin zu den Bananen oder stellt der Kunde einen Joghurt wieder zurück, all das wird erkannt. Selbst wenn Produkte falsch zurückgestellt werden, was beim Einkaufen alltäglich vorkommen kann."

„Nach spannenden Monaten des Beta-Tests freuen wir uns jetzt, unseren Kundinnen und Kunden endlich live das 'Pick&Go'-System als zusätzliche Einkaufsmöglichkeit anbieten zu können. Wir sind oft angesprochen worden und haben großes Interesse und viel positive Resonanz aus der Kundschaft vernommen. Als Team sind wir stolz, der erste Markt mit diesem hybriden Ansatz zu sein", freut sich Marktmanager Darius Malucha.

Wie bei Märkten in dieser Größe üblich sind aktuell 13 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie eine Marktleitung in der Zeppelinstraße tätig. Die Einkaufsmöglichkeit über "Pick&Go" macht ihren Job nicht überflüssig: Kundinnen und Kunden schätzen auch in Zukunft die Möglichkeit des persönlichen Kontaktes. Auch künftig können Fragen zu Produkten, zum Sortiment, zu Angeboten kompetent beantwortet oder Beratung beim Einkauf angeboten werden und sogar mehr Raum bekommen.

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 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.

Für Rückfragen:
REWE PR & Kommunikation E-Commerce
Andreas Wegner
Presse und PR Manager
presse@rewe-digital.com