

23.06.2022

REWE Pick&Go in der Hauptstadt

Hybrides Einkaufen mit kassenloser Bezahlungsmöglichkeit jetzt auch in Berlin

Autor:in

Andreas Wegner

Head of Corporate Communications E-Commerce, Digital & Technologie und Mediensprecher



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

REWE-Markt in der Schönhauser Allee startet Testphase

Ab Spätsommer für alle Kund:innen nutzbar

Nach dem erfolgreichen Start des hybriden Einkaufskonzeptes „Pick&Go“ in Köln baut REWE seine Vorreiterrolle im deutschen Lebensmitteleinzelhandel weiter aus. Mit der Neueröffnung nach Umbau starten im REWE-Markt in der Schönhauser Allee 130 die Tests des ersten „Pick&Go“-Systems in der Hauptstadt. Kundinnen und Kunden haben nach einer ersten Testphase für ausgewählte Mitarbeiter:innen voraussichtlich ab Spätsommer die Möglichkeit, alle Vorzüge des sogenannten

hybriden Einkaufs zu nutzen: Klassisch an der Kasse bezahlen oder innovativ ohne Kassenvorgang mittels „Pick&Go“. Rund ein Jahr nach dem Start des europaweit ersten Pilotmarktes in der Kölner Innenstadt baut REWE damit sein Testangebot weiter aus.

Nutzen Kund:innen „Pick&Go“, werden ihre Einkäufe mittels Kamera- und Sensortechnologie sicher und datensparsam erfasst und nach Verlassen des Marktes ohne Kassenvorgang automatisch abgerechnet. Schneller, komfortabler und einfacher kann ein Einkaufsvorgang aktuell kaum sein. Auf rund 400 Quadratmetern Verkaufsfläche verfügt der REWE-Markt über ein rund 10.000 Artikel umfassendes Sortiment, Pfandautomaten und weitere Bereiche, die erstmals an das „Pick&Go“-System angeschlossen werden. Obst und Gemüse sollen künftig nicht nach Stückpreis berechnet, sondern als Wiegeware angeboten werden.



REWE Pick&Go begeistert Kundschaft

Bequem, schnell, kontaktreduziert und sicher – ohne Bezahlvorgang an der Kasse lassen sich beim hybriden Einkauf Vorratseinkauf, Pausensnack oder nur schnell ein paar Kleinigkeiten einkaufen. Von außen wirken die „Pick&Go“-Märkte in der Schönhauser Allee in Berlin und in der Kölner 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 Kund:innen denkbar einfach: Melden sie sich per „Pick&Go“-App von REWE an der Schranke an, nutzen sie den autonomen Check-out, also das Einkaufen ohne aktiven Kassivorgang an der Kasse. 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.

„Pick&Go“-Kund:innen haben Zugriff auf das gesamte Sortiment des Marktes: eine sehr große Auswahl an frischen Backwaren, Obst und Gemüse, Trockensortiment sowie Tiefkühlprodukte. Intelligente Kameras und Sensoren in den Regalböden sowie weitere Hightech-Bausteine und rund sechs Kilometer Highspeed-Netzwerkkabel 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 lediglich Daten, um zu erkennen, welche Produkte entnommen bzw. zurückgelegt werden. Es findet weder eine Gesichtserkennung statt, noch kann das System Kund:innen nach einem Besuch im Markt wiedererkennen.

„Family & Friends“-Test mit ausgewählten Mitarbeiter:innen startet

Nach der erfolgreichen Einrichtung der Technologie startet zuerst der REWE-interne Test. Einige Wochen lang wird dann das System auf Herz und Nieren geprüft, bevor Kundinnen und Kunden zum hybriden Einkaufen eingeladen sind. Dass das System erfolgreich und stabil funktioniert, zeigt sich bereits beim ersten „Pick&Go“-Markt in Köln. In der Schönhauser Allee verfügt der doppelt so große Markt über ein dreimal so umfangreiches Sortiment. Außerdem werden neue Bereiche und Services integriert. Getestet werden hier vor allem die Integration der Wiegeware bei Obst und Gemüse sowie die Erkennungsraten des umfangreichen Sortiments im Markt. Bewähren sich System und Prozesse, dann ist der Start für den Einkauf aller Kundinnen und Kunden im Spätsommer 2022 geplant.

Wie bei Märkten dieser Größe üblich werden nach der Wiedereröffnung 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie eine Marktleitung in der Schönhauser Allee tätig sein. Die Einkaufsmöglichkeit über „Pick&Go“ macht ihren Job nicht überflüssig: Die Kundschaft schätzt auch in Zukunft die Möglichkeit des persönlichen Kontaktes. Fragen zu Produkten, zum Sortiment und zu Angeboten werden kompetent beantwortet oder es wird eine Beratung beim Einkauf angeboten.

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 Kund:innen Artikel auswählen und mit ihnen hinausgehen können, während ihre Privatsphäre geschützt wird.

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 26,7 Mrd. Euro (2021), 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 2021 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 77 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren mehr als 380.000 Beschäftigten in 20 europäischen Ländern präsent.

Für Rückfragen:

REWE PR & Kommunikation E-Commerce

Andreas Wegner, presse@rewe-digital.com