

Von Menschen und Maschinen

Hier berichte ich sonst über neue und aktuelle Verkaufsförderungsideen, die in den Handel passen. Die Lebensmittel Zeitung direkt beschäftigt sich regelmäßig mit dem „Zukunftstraum“ Self-Scanning-Check-Out (SSCO). Diese technische Entwicklung beobachte auch ich seit vielen Jahren: Erstmals 2008 im „Future Store“ in Krefeld, im Innovationslabor von Wanzl in Leipzig, auf der Expo 2015 in Mailand, natürlich bei Ikea und im Echtttest sowie im 356-Tage-Edeka in den Münchener Hauptbahnhofhallen.

Als ich letztes in Venedig war, habe ich dort im örtlichen Coop eingekauft. Am menschenleeren SSCO war ich dann aber so hilflos wie das blinde Mütterchen auf dem Weg ins ferne Lourdes mit der mannsgroßen Eincheck-



Philipp Riediger, Gesellschafter bei der Combera GmbH, dem Spezialisten im Bereich Vertriebsoutsourcing und POS-Marketing.

maschine der Lufthansa. Nach lautem Alarmklingeln ging mir eine freundliche Mitarbeiterin zur Hand, um die bis dahin getätigten Einkäufe zu stornieren, erneut zu scannen und zu wiegen, um dann wieder zu stornieren und erneut zu scannen und zu wiegen, bis ich nach vielen Versuchen endlich per Kreditkarte bezahlen durfte. Zurück am Heimatbahnhof begab ich mich zu den Checkout-Automaten bei Edeka, um zu üben. Aber zwischenzeitlich wurden dort die SB-Kassen zurückgebaut, und es kassieren wieder echte Menschen statt Maschinen. Es klingt vielleicht altmodisch, aber ich mag es sehr, wenn ich nach dem Einkaufen noch einen persönlichen Plausch an der Kasse halten kann und sie oder er mir anschließend noch einen schönen Tag wünscht.