

Die Digitalisierung erreicht das klassische Ladengeschäft

Service. Der Handel setzt nun auch im Filialbetrieb auf technologisch gestützte Erlebniswelten.

Laut einer Studie der Oxford University und Mastercard bevorzugen 93 Prozent der befragten Konsumenten Biometrie gegenüber Passwörtern zur Authentifizierung einer Zahlung. Im Handel könnte nun künftig neben dem bekannten Fingerabdruck auch mittels Handflächen-Scanner bezahlt werden. „Prototypen sind verfügbar, als Alternative zu Kassenschlangen oder umständlichen Bezahlvorgängen“, sagt Axel Puwein, Leiter Business Development CEE bei Wirecard.

Digitale Handschlagqualität

Aktuell hat Wirecard gemeinsam mit dem Partnerunternehmen Oney das erste biometrische Zahlungssystem in Rumänien implementiert. In über 30 Filialen der Warenhauskette Auchan kann über die App Well.com mit Fingerabdruck oder QR-Code sicher und einfach bezahlt werden. Die App ist mit allen rumänischen Mastercard- oder Visa-Debit-Kreditkarten über die jeweiligen App-Stores erhältlich und wird künftig auch in weiteren Ländern verfügbar sein.

„Wir ermöglichen rumänischen Kunden, neueste Technologien kennenzulernen und dazu gehört Well.com mit dem Know-how von Wirecard bei digitalen Bezahlformen“, so Jean-Michel Goncalves von Oney Romania. Die Lösungen funktionieren, indem bereits registrierte Kunden ihre Handfläche auf den biometrischen Scanner legen und so

zahlen. Solche Authentifizierungen lassen sich auch bei Events, im öffentlichen Nahverkehr oder auf Flughäfen anwenden.

Die Zukunft des Einkaufens dreht sich sowohl im Onlineshop als auch im Vorortgeschäft verstärkt um den Kundenkomfort. Die Innovation Labs von Wirecard haben den sogenannten Grab & Go Store entwickelt, der auf künstliche Intelligenz mittels einer Kombination aus Bilderkennung, Deep Learning und Logik setzt. Händler können dabei aus verschiedenen Methoden wählen. Nicht registrierte Benutzer können das Vorortgeschäft mittels ihrer Kreditkarte betreten und erhalten nach Eingabe ihrer E-Mail-Adresse die Rechnung. Oder sie laden vorher die Shop-App herunter und geben dort ihre Zahlungsdaten ein.

Nach der Produktwahl verlassen die Kunden den Laden mit der Ware und lösen dadurch automatisch die Zahlung aus. „Keine langen Kassenschlangen und Mitarbeiter können sich alternativ dem Kundenservice widmen“, so Jörn Leogrande von den Wirecard Innovation Labs. Das System erkennt auch Artikel, die doch nicht genommen wurden, bezahlt wird nur die finale Auswahl. Händler können zudem ihren Bestand in Echtzeit aktualisieren. Alternativ möglich ist auch ein Store-in-Store-Konzept, etwa für teure Produkte.

Web: www.wirecard.at



Auch beim Onlineeinkauf legen Kunden zusehends Wert auf Komfort und Entspannung.

[Getty Images/Eva Katalin Kondoros]

Mehrwert dank Innovation

Smart-Commerce. Digitale Technologien ermöglichen Handelsbetrieben die individuelle Erfüllung der Kundenbedürfnisse.

Moderne Konsumenten suchen beim Shopping nicht immer nur das billigste Schnäppchen, sondern vermehrt das optimale Gesamtpaket zwischen einem guten Deal und einem möglichst komfortablen Einkaufserlebnis. Innovationen auf dem gesamten Weg dieser Customer Journey ermöglichen Händlern neue Umsatzpotenziale und bringen individuellen Mehrwert für den Kunden. Moderne digitale Finanztechnologien reduzieren dabei Zeitaufwand und Kosten beim Bezahlen und das betrifft nicht nur Onlineshops, sondern auch traditionelle Kassen im stationären Geschäft.

Serviceorientiertes Ökosystem

Gerade im Vorortgeschäft lassen sich mehrere vielversprechende Entwicklungen beobachten, welche das Kundenerlebnis und damit auch den Geschäftserfolg des Händlers nachhaltig verbessern. Wirecard hat etwa Zahlungslösungen entwickelt, die weit über die bloße Akzeptanz in diversen Vertriebskanälen hinausgehen. Unser Ansatz ist ein komplettes Ökosystem für innovative Handelslösungen und das beginnt, wenn der Kunde den Laden betritt. Neue biometrische Methoden oder Apps am Smartphone ermöglichen eine eindeutige Identifizierung des Kunden. Damit kann das nachfol-

gende Einkaufserlebnis entsprechend personalisiert gestaltet werden. Ein weiteres Beispiel sind individuelle Angebote über dynamische Screens. Das Verkaufspersonal hat damit Einblick auf die Vorlieben des Kunden und kann zielgenau beraten. Auch beim Auswahlprozess des Produktes kann die Unterstützung in innovativer digitaler Form erfolgen, etwa über

„Passgenaue Lösungen unterstützen Händler, Kunden in den Mittelpunkt zu stellen.“

Roland Toch,
Managing Director CEE bei Wirecard



einen interaktiven Spiegel: Der Kunde betrachtet sich mit dem ausgewählten Artikel im Spiegel, der dann weitere Farbvarianten oder Kombinationsmöglichkeiten vorschlägt. Möglich ist auch eine Koppelung mit Social-Media-Auftritten des Händlers.

Inspiration und Erlebnis

Alle diese Innovationen wurden von Wirecard entwickelt, um

Mehrwert für Händler und Kunden zu schaffen, Komfort und Service zu steigern und letztlich auch das Bezahlen so einfach wie möglich zu gestalten.

Im besten Fall wird dieser letzte Schritt vom Konsumenten kaum noch wahrgenommen und das wird am Beispiel unserer aktuellen Innovation ersichtlich, dem sogenannten Grab & Go Store. Hier kann eine Verkaufsfläche auch ganz ohne Mitarbeiter auskommen und dennoch 24 Stunden geöffnet sein. Der Zutritt wird durch die automatische Identifizierung des Kunden gewährt und die gewählten Artikel werden registriert und beim Verlassen des Geschäftes ohne weiteres Zutun vom hinterlegten Konto abgebucht.

Passgenaue Lösungen unterstützen Händler, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen und entsprechend Service wie Kaufabschlüsse zu steigern. Das gilt auch für das kommende Weihnachtsshopping als die mehrheitlich umsatzstärkste Zeit im Handel. Durch technologische Innovation kann auch der Last-Minute-Einkauf noch zu einem entspannenden Erlebnis werden. Keine Kassenschlangen, keine gestressten Kunden und Mitarbeiter. Dafür inspirierende Einkaufserlebnisse, die uns die Vorweihnachtszeit wieder mehr genießen lassen. [beigestellt]



So könnte die Zukunft des Bezahls aussehen.

[Getty Images/Ralf Geithe]

Das System denkt und der Mensch lenkt

Prozessmanagement. Intelligente und automatisierte Technologien halten Einzug in die verschiedensten betrieblichen Abläufe. Damit unternehmerischer Mehrwert entsteht, müssen die entstehenden Informationen und Daten richtig erfasst und ausgewertet werden.

Das Unternehmen Salesianer Miettex verarbeitet rund 100 Wäscheteile pro Sekunde und in Summe 350 Tonnen pro Tag. Die Dienstleistungen umfassen Miettextil-Services für Hotellerie und Gastronomie, Berufskleidung für Industrie, Handel und Gewerbe sowie die textile Versorgung für das Gesundheitswesen. Die zugrunde liegende Logistikköpfung muss entsprechend leistungsfähig und ausfallsicher sein und das inkludiert Reinigung, Reparatur, Lagerhaltung und den Transport zum Kunden. Damit Bestellungen und Verrechnung auch elektronisch abgewickelt werden können, ist die Anbindung der Logistiksoftware an die entsprechenden Systeme notwendig.

Das gilt auch für die SAP-Systeme, die im Zuge einer Prozessoptimierung in das Wiener Rechenzentrum von T-Systems übernommen wurden und auch den Betrieb diverser Fachapplikationen einschließt. „Durch die Zentralisierung und Standardisierung wurden nicht nur die Geschäftsprozesse optimiert, sondern auch Kosten eingespart“, sagt Dieter Kögler, Key Account Manager bei T-Systems.

Zentraler Bestandteil sind Echtzeitservices auf Basis SAP-HANA für die Buchhaltung, den Betrieb der Oracle-Datenbank und der Spezialsoftware zur Wäscheverfolgung. Im nächsten Schritt wurden auch die auf die acht Betriebsstandorte verteilten Daten, Systeme und Server in den Pro-

duktivbetrieb des T-Systems-Rechenzentrums übernommen. Die bedarfsabhängige Nutzung erfolgt dabei über eine dynamische Plattform von T-Systems. „Für Salesianer Miettex ist die exakte Taktung der Prozesse sowie die nahtlose und fehlerfreie Verknüpfung in der Wertschöpfungskette entscheidend“, so Geschäftsführer Thomas Krautschneider.

Nachhaltig und intelligent

Technologische Innovationen können auch den Bereich der Gebäudetechnik betreffen. Auch hier geht es um die Optimierung von Prozessen und um Kostenreduktion. Das Wiener Arbeitsmarktservice (AMS) hat auch Arbeitsatmosphäre und nachhaltigen Energie-

verbrauch inkludiert und Kapsch BusinessCom mit der Umsetzung einer intelligenten Lichtlösung beauftragt. Das Callcenter der AMS-Serviceline wurde mit sensorbasierten LED-Lampen ausgestattet, die nicht nur die Arbeitsatmosphäre verbessern, sondern auch eine automatisierte Steuerung der Beleuchtung ermöglichen und den Energieverbrauch reduzieren.

Das intelligente Sensorsystem beinhaltet eine automatische Anpassung der Lichtverhältnisse nach räumlichen oder wetterbedingten Gegebenheiten oder nach personeller Nutzung. Weitere Funktionen sind die temperaturabhängige Steuerung der Heizung oder die bedarfsorientierte Buchung von Arbeitsplätzen oder

Meetingräumen. „Die Smart-Lighting-Lösung ist ein schönes Beispiel, welches Potenzial in Smart-Building-Technologien für Mitarbeiter und Gebäudemanagement steckt“, so Jochen Borenich, Mitglied des Vorstands bei Kapsch BusinessCom.

Web: www.t-systems.at,
www.kapschbusiness.com

Die Serie Fokus IT-Business erscheint mit finanzieller Unterstützung durch die Plattform economyaustria.at.

Info unter:
<http://economyaustria.at>