


Autonome Stores aus aller Welt – ein Überblick

In einer hart umkämpften globalen Einzelhandelslandschaft befinden sich autonome Stores im Aufschwung. Sie tragen dem veränderten Verbraucherverhalten Rechnung, senken Betriebskosten, verbessern die Rentabilität und tragen zur Umsatzsteigerung bei. Autonome Stores sind mittlerweile zu skalierbaren und profitablen Modellen gereift, die sich am Kunden orientieren und ihnen ein völlig eigenes Einkaufserlebnis bieten. Der Rollout von autonomen Stores erfordert einen strategischen „Crawl-Walk-Run“-Ansatz, der verschiedene innovative Technologien nutzt sowie eine integrierte, auf Wachstum ausgerichtete Roadmap nutzt.

Autonome Stores gibt es in verschiedenen Segmenten des Einzelhandels wie LEH, Mode, Elektronik, Convenience Stores und Fast Food. Der vernetzte Verbraucher navigiert nahtlos über digitale, physische und soziale Plattformen und konvertiert innerhalb von Sekunden vom ersten Kennenlernen zum Kauf. Laut [Business Insider Intelligence](#) soll die Zahl der Geschäfte mit autonomem Self-Checkout weltweit von nur 350 im Jahr 2018 auf prognostizierte 10.000 Stores im Jahr 2024 steigen, mit einem Umsatzvolumen von unter 70 Millionen Dollar auf über 20 Milliarden Dollar.¹

Wie sich Technologien, Konzepte und Fähigkeiten autonomer Stores entwickeln

Einzelhändler versuchen seit Jahrzehnten, die „Problemzone“ Kassenbereich zu lösen. Die neuen Geschäftsmodelle der autonomen Stores bieten den Verbrauchern und Verbraucherinnen ein überzeugendes Wertversprechen. Dazu werden die Betriebs- und Arbeitskosten für Einzelhändler erheblich gesenkt und gleichzeitig können immer mehr Daten zu Verbrauchern und zum In-Store-Einkaufsverhalten ausgewertet werden. Autonome Stores steigern die Effizienz, minimieren Diebstähle, ermöglichen personalisierte Erlebnisse sowie eine dynamische Preisgestaltung und bieten eine nahtlose Integration in Omnichannel-Strategien:

**Messe
Düsseldorf**Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
DeutschlandTelefon +49 211 4560 01
Telefax +49 211 4560 668
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.deGeschäftsführung:
Wolfram N. Diener (Vorsitzender)
Bernhard J. Stempfle
Erhard Wienkamp
Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Dr. Stephan KellerAmtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf: The global
Association of the
Exhibition Industry Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und AusstellungszahlenÖffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

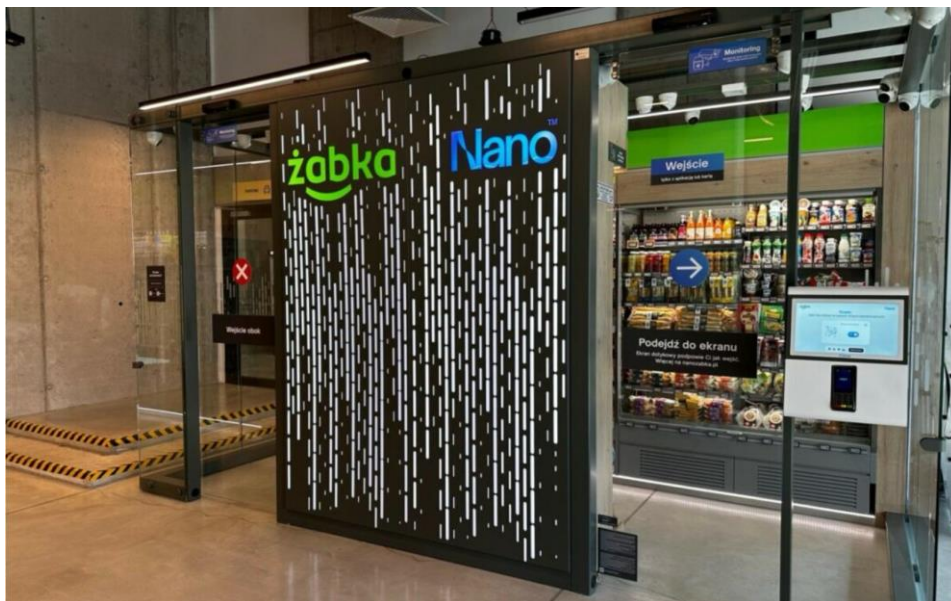
¹ In-store checkout revolution – Business Insider

- **Der automatisierte Checkout** nutzt fortschrittliche Computervisionstechnologien.
- **KI** sorgt für personalisierte Produktvorschläge.
- **RFID & IoT-Sensoren für intelligente Regale** verfolgen Produktbestand und -bewegung.
- Das **Echtzeit-Bestandsmanagement** überwacht Produktbestände und integriert sie nahtlos in Bestellverwaltungssysteme.
- **Mobile Apps, QR-Codes und digitale Schnittstellen** ermöglichen den Zugriff auf Store Layouts und personalisierte Angebote.

Best Cases autonomer Stores aus aller Welt

Żabka – Der größte Betreiber von autonomen Stores in Europa

Die [polnische Convenience-Store-Kette Żabka](#) will der größte Betreiber von autonomen Stores weltweit werden und [Amazon Go überholen](#). Mit 7.272 Filialen in 950 Städten und Gemeinden, die täglich fast drei Millionen Kunden bedienen, ist Żabka die größte Convenience-Kette in Polen und in ganz Mittel- und Osteuropa. Diesen Erfolg hat Żabka seiner Pionierarbeit hinsichtlich der Nutzung von künstlicher Intelligenz und mobilen Technologien in autonomen Stores zu verdanken.



Żabka Convenience Store

Der Wettbewerbsvorteil von Żabka liegt in seinem extrem komfortablen Einkaufserlebnis, das durch KI angetrieben wird. Die Läden setzen auf KI-Technologien, die in Zusammenarbeit mit dem US-Unternehmen AiFi entwickelt wurden. Verwendet wird zudem die Microsoft Azure-Plattform. So funktioniert der Einkauf:

1. Die Kunden können die Läden erst betreten, nachdem sie ihre Kreditkarte vorgelegt oder den QR-Code in der Żabka-App gescannt haben.
2. Im Geschäft können die Kunden die gewünschten Produkte einfach aus den Regalen nehmen und dann gehen.
3. Kamerasysteme erkennen die entnommenen Produkte und der Betrag wird dann automatisch von der Karte abgebucht.

Hong Kong International Airport

Der internationale Flughafen Hongkong (HKIA) eröffnete 2023 seinen ersten autonomen Lebensmittelladen namens „Travelwell“. Durch den Einsatz von KI- und Computervisionstechnologien hat der HKIA innovative Wege entwickelt, die den Einkauf vereinfachen. In Zusammenarbeit mit Lagardère Travel Retail Asia [erfindet der HKIA das Einkaufserlebnis am Flughafen neu](#) und wird mit diesem wichtigen Meilenstein zum Vorreiter in der Reiseeinzelhandelsbranche.



travelwell concept store

Das Einkaufserlebnis im HKIA setzt vor allem auf Komfort:

1. Die Kunden checken mit ihrer Kreditkarte am Eingang ein, um den Laden zu betreten.
2. Mittels IoT-Sensortechnologie werden die Bewegungen und das Einkaufsverhalten der Kunden verfolgt und die ausgewählten Artikel automatisch erkannt.
3. Wenn die Kunden das Geschäft verlassen, identifiziert der Sensor die gekauften Artikel und belastet die Kreditkarte.

Der Self-Service-Fanshop von Eintracht Frankfurt

Der Bundesligist Eintracht Frankfurt eröffnete im Jahr 2022 einen den ersten Self-Service-Fanshop der Bundesliga als Ergänzung zu den regulären Geschäften. Im Deutsche Bank Park können die Fans ihre Produkte in wenigen Sekunden [im Vorbeigehen](#) kaufen. Das Herzstück des neuen Ladenkonzepts ist die „Payfree Grab & Go“-Technologie, die auf RFID-Technologie basiert. Sie beschleunigt den Kassiervorgang, erhöht die Besucherzahlen erheblich und bietet den Fans ein nahtloses Einkaufserlebnis.



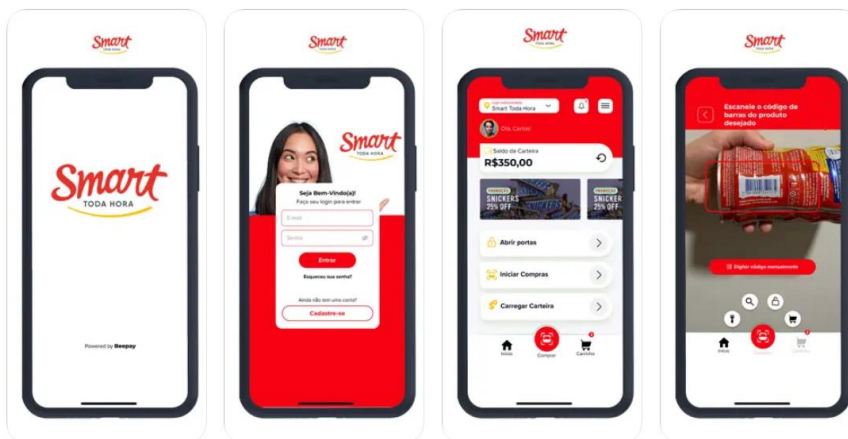
Der Fanshop bietet den ersten Grab & Go Checkout ohne Kameraüberwachung dank intelligenter Regale:

1. Die Funktionen des „Bag Fast Track“ umfassen eine kleine Scan-Einheit für die automatische Produktregistrierung.
2. RFID-Tags identifizieren die Artikel in der Tasche.
3. Ein Display zeigt dem Kunden eine Übersicht des Warenkorbs und Anweisungen zum weiteren Vorgehen.

4. Die Bezahlung erfolgt kontaktlos an einem Terminal, entweder mit einer physischen Karte oder über ein Smartphone.

Snackin - Ein 100% autonomer Mikromarkt

[Snackin](#) ist eine Kette von autonomen Stores in Brasilien, die mit Scan-and-Go-Technologie betrieben werden. Mit rund 100 Läden liefern sie in ganz Brasilien Snacks nach Hause. Im August 2023 eröffnete der Supermarkt Rede Smart den Smart Toda Hora Markt. Smart Toda Hora ist rund um die Uhr geöffnet und wird mit der Technologie von Snackin betrieben. Die Kunden öffnen die Tür mit einer App und erhalten dank einer OpenAI-Integration eine personalisierte Begrüßungs-Sprachnachricht. Gescannt und bezahlt werden die Produkte mit dem Telefon.



Smart Toda Hora

Laut Resley Gabriel, Mitbegründer und CEO von Snackin, sorgen personalisierte Erfahrungen für ein einzigartiges Einkaufserlebnis in den autonomen Stores. „Der virtuelle Sprachassistent identifiziert jeden, der den Laden betritt, und begrüßt ihn als wäre er ein Angestellter. Er wünscht alles Gute zum Geburtstag, informiert über die Aktionen des Geschäfts und berücksichtigt dabei die Kaufhistorie der Person und die Produkte, die sie am liebsten mag.“

Die Zukunft für autonome Stores sieht rosig aus

Mit KI, RFID und Sensorlösungen verändern die Technologien in den autonomen Stores das Kundenerlebnis in rasender Schnelligkeit. Dank höherer Effizienz und Sicherheit, ihrer Intelligenz und ihren

personalisierten Erlebnissen sind autonome Stores eine Win-Win-Situation sowohl für Einzelhändler als auch Kunden.

Während autonome Stores über die europäischen, südamerikanischen und asiatischen Märkte hinaus weiter eingeführt werden, müssen Unternehmen die Akzeptanz bei den Verbrauchern berücksichtigen, während die Einzelhändler ihre Betriebsmodelle für die westlichen Märkte neu definieren. Für autonome Geschäfte sind die Möglichkeiten quasi grenzenlos.

Die EuroCIS 2024 bietet eine gute Gelegenheit, um sich einen aktuellen Überblick das Angebot an handelsrelevanten KI- und Checkout-Angeboten für autonome Stores zu verschaffen. Die Fachmesse für Retail Technology findet in den Hallen 9 und 10 des Düsseldorfer Messegeländes statt und ist für Fachbesucher von Dienstag, 27. Februar, bis Donnerstag, 29. Februar 2024, und täglich von 10 bis 18 Uhr geöffnet. Online kostet die Tageskarte 28,- Euro und das Zwei-Tages-Ticket 39,- Euro. Tickets und weitere Informationen gibt es unter: www.eurocis.com

Ihr Presse-Kontakt EuroCIS 2024

Yvonne Manleitner, Senior Manager MarCom (Press & PR)
Desislava Angelova, Manager MarCom
Tel.: +49 (0)211/4560-577/-242
Email: ManleitnerY@messe-duesseldorf.de
AngelovaD@messe-duesseldorf.de

Dezember 2023