

Ausblick: Scouting-Tour EuroCIS 2025

EuroCIS

THE LEADING TRADE FAIR FOR
RETAIL TECHNOLOGY 18 – 20 FEB 2025
DÜSSELDORF, GERMANY
eurocis.com





The Retail Optimiser

www.retail-optimiser.de

www.retail-optimiser.com

www.fourspot.net

Fourspot 
Content-based Growth

Herausforderungen des Handels ...

Personalmangel
bewältigen ...

Verkauf
fördern ...

Out-of-stock
vermeiden / Food
Waste reduzieren ...

EU-Vorgaben
einhalten ...

Steigende Betriebskosten
im Griff behalten ...

Diebstahl
minimieren ...

1: Routineprozesse automatisieren

Real-time
In-Store-
Daten

ESL

Vernetzte
Kameras

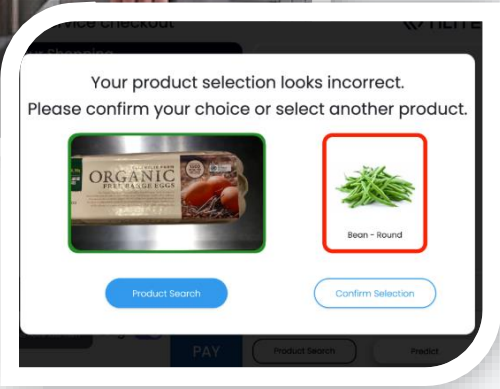
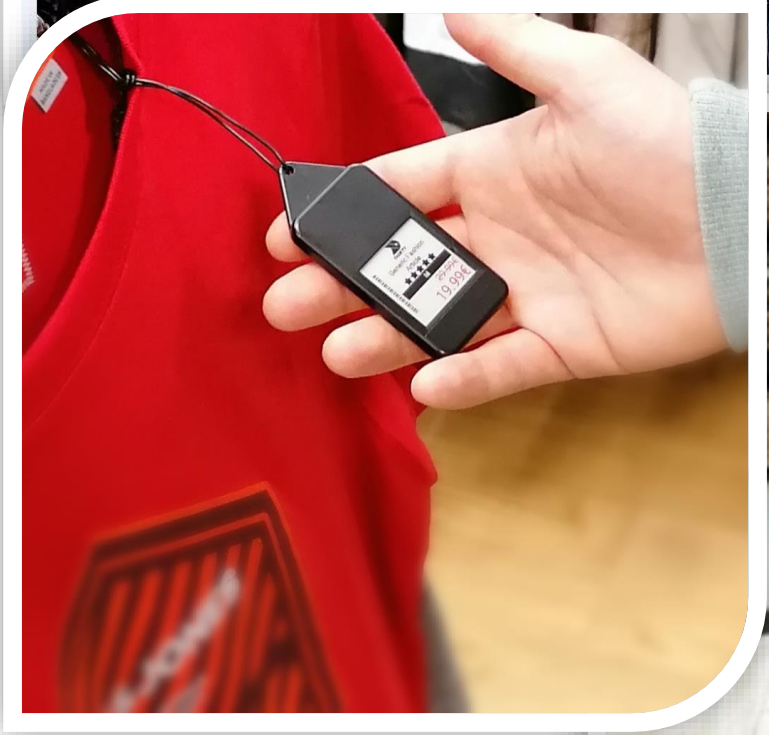
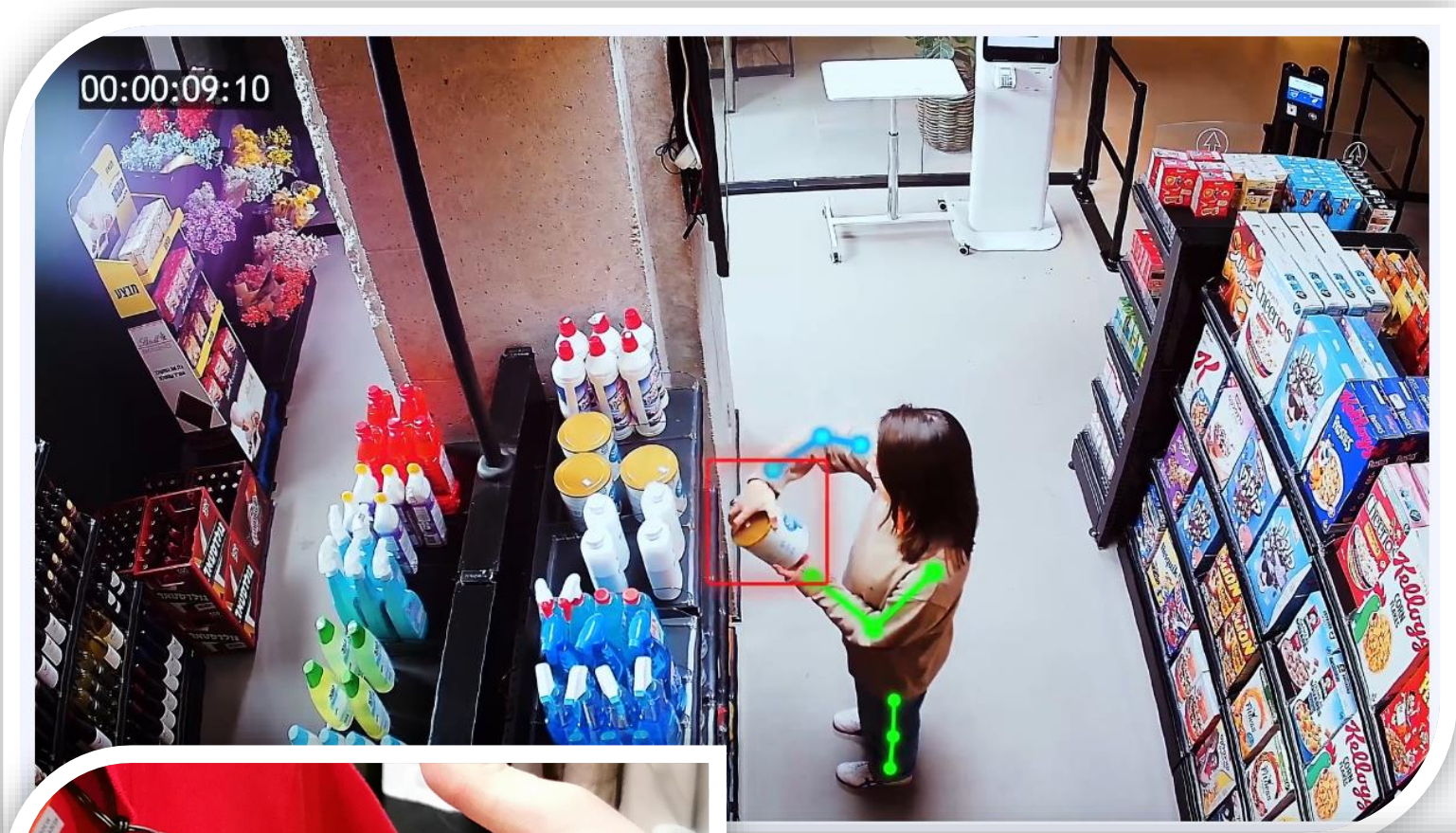
Sensoren

Scan-
Roboter

Inventur-
Drohnen

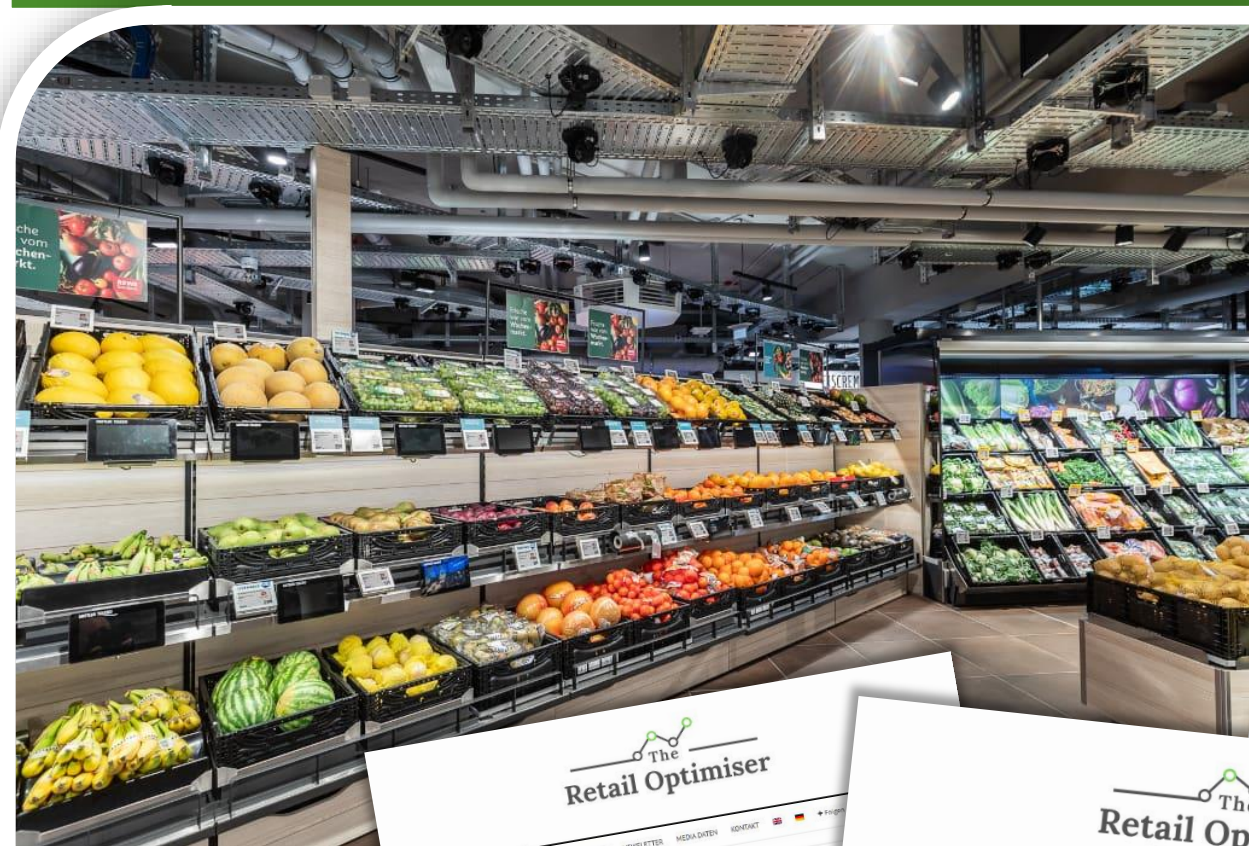
- Preis- und Promotion Updates
- Verfügbarkeit von Waren im Regal messen
- Realogramme erstellen
- Inventur
- Task-Management für Mitarbeiter
- Optimierung der Bestände und Disposition
- Regal- und Flächen-Planung
- KI-basierte Age Verification am SCO





#2: Waren sichern im Store + am Self-Checkout

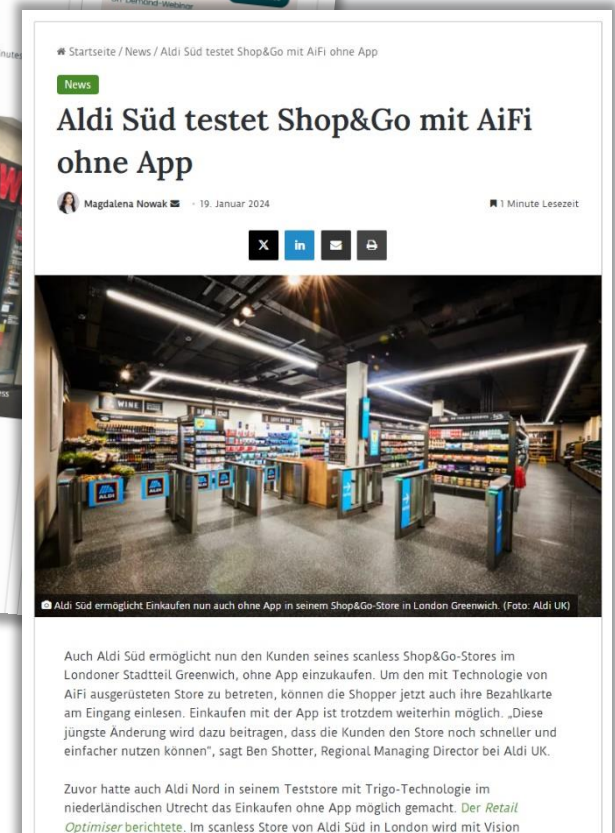
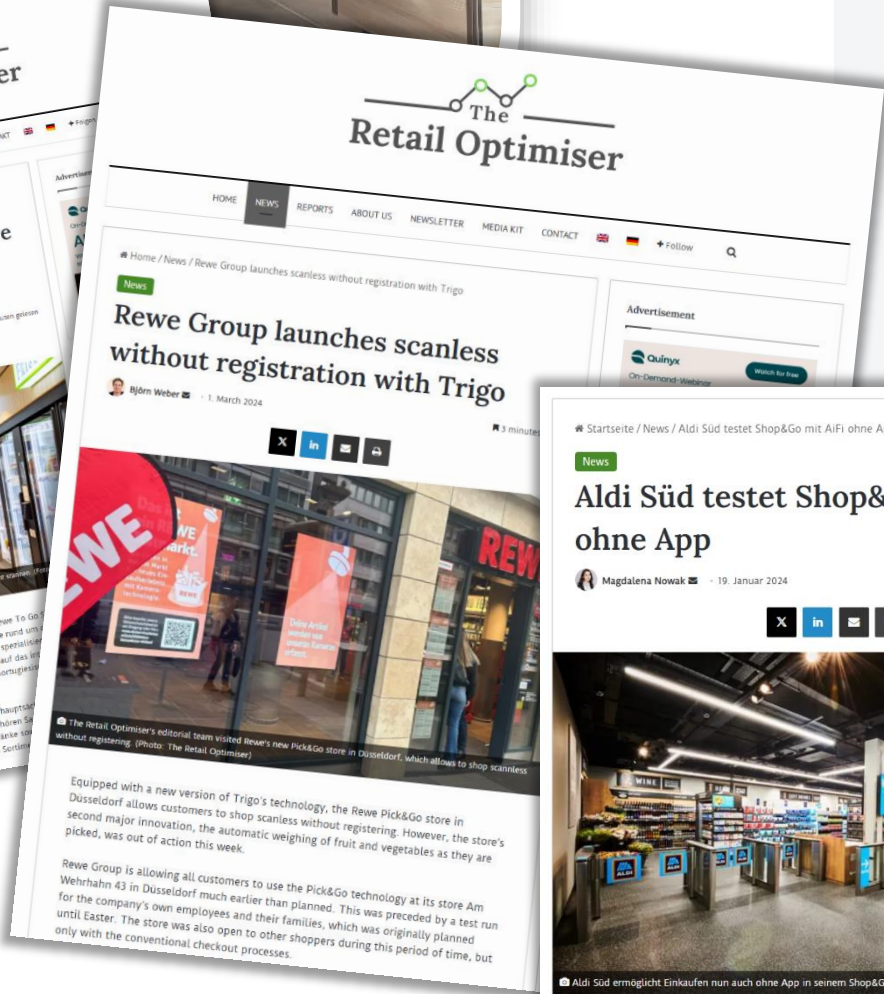
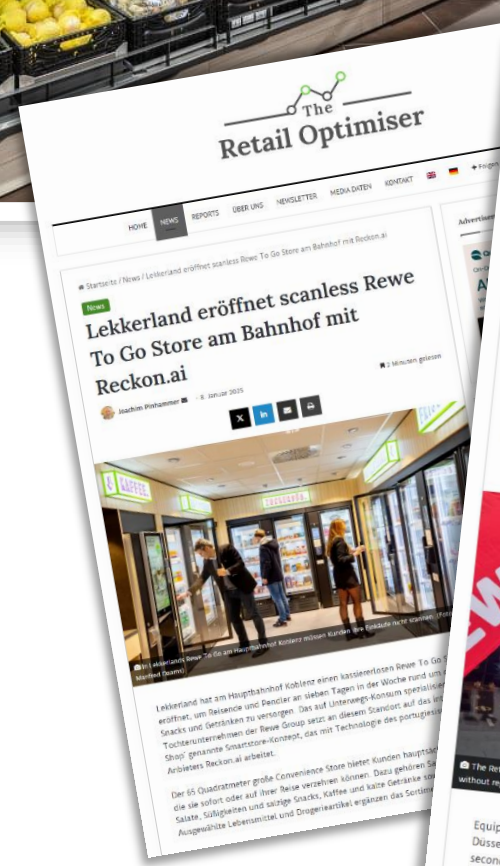
- Loss-Prevention-Lösungen verbinden Kunden- und Produkt-Interaktion im Store mit Checkout
- Front und Top-Kameras am SCO, an der Store-Decke, Gewicht-Sensorik
- Fashion-Label zur Diebstahlsicherung und Ortung (über RTLS-Technologie: Hochfrequenzsignale wie Wi-Fi, Bluetooth oder Ultra-Wideband-Technologie)
- AI-basierte Technologie hilft:
 - Non-Scan Events + Miss Matches zu erkennen
 - Shopperrn Fehler zu zeigen, um Selbst-Korrektur zu ermöglichen
 - Alarm an das Store-Personal zu senden

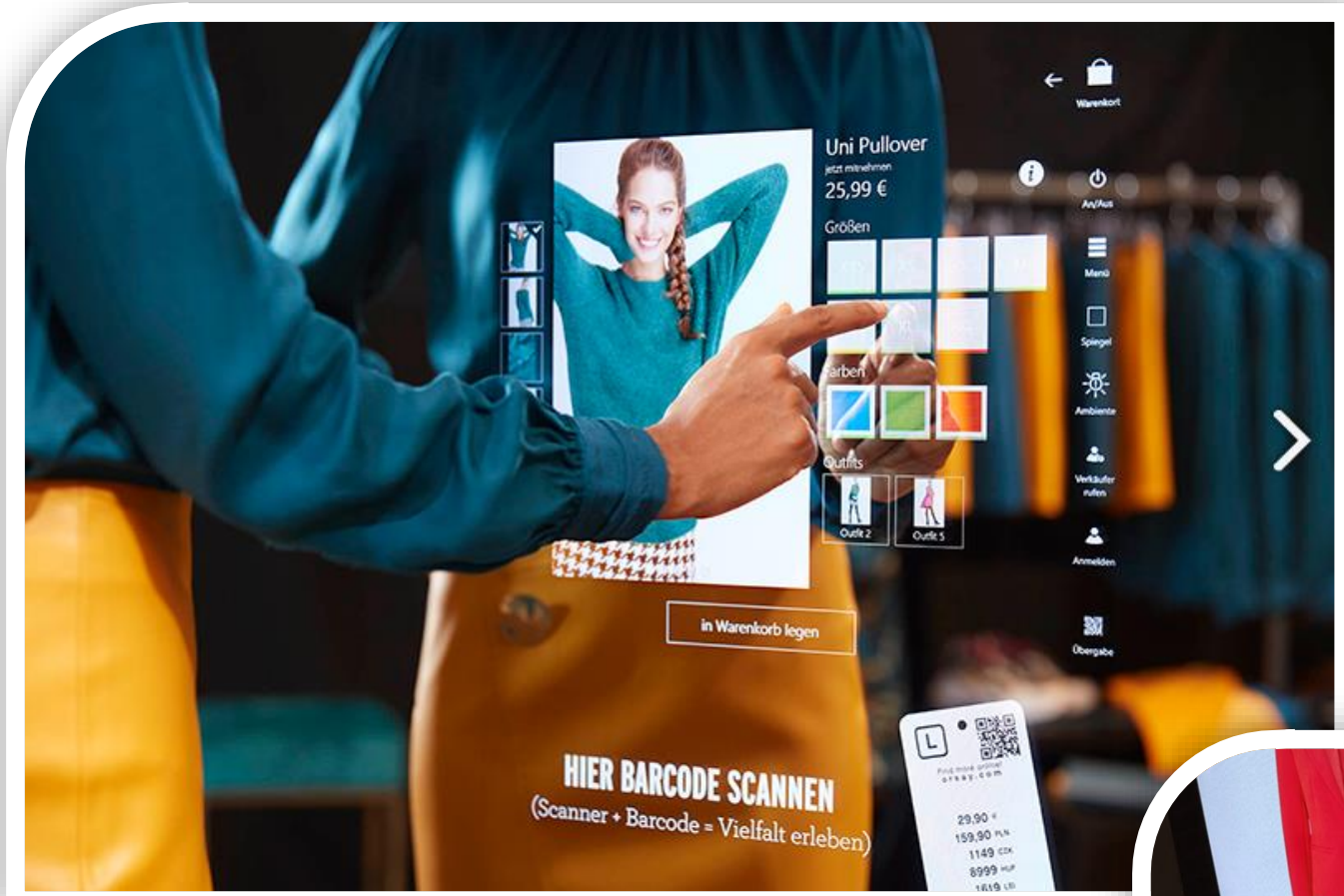


#3: Verkaufszeiten rund um die Uhr anbieten ohne (viel) Personal

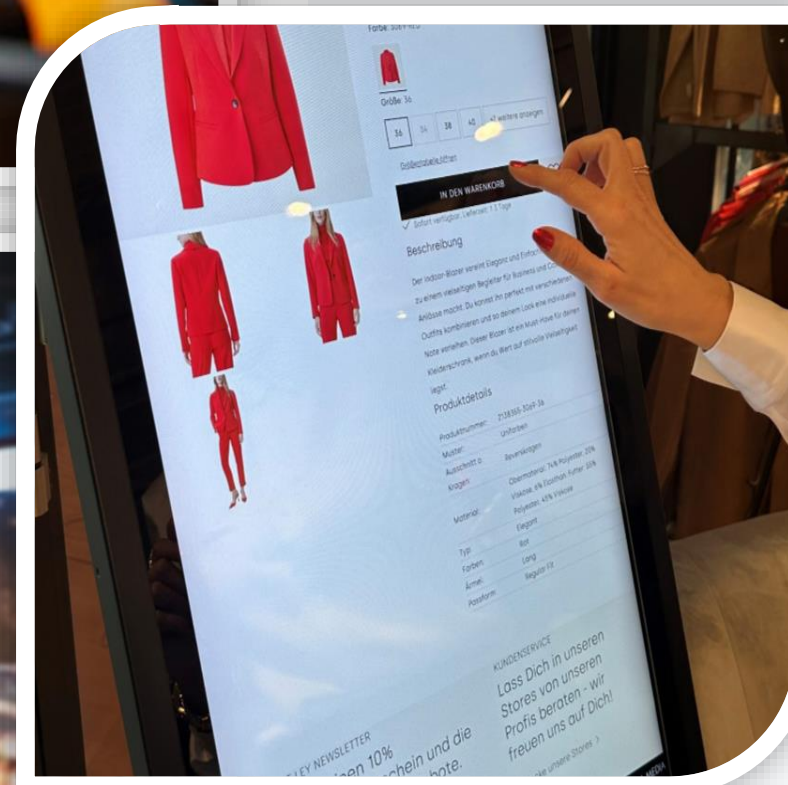
Pick & Go-Konzepte:

- Scanless Einkaufen mit und ohne Registrierung
- automatisches Wiegen von Obst und Gemüse bei der Entnahme loser Ware
- Shopper erhalten an Fast-Exit-Terminals noch im Store einen Bon





#4: Verkauf fördern durch smarten Content am POS



- Interaktive Demos wie 'Lift & Learn' über LIDAR Sensoren
- Retail Media monetarisiert Screens und LED-Wände
- Software-Plattformen für Digital Signage & Retail Media
- Beratung zu Produkten (Wein, Mode, Lebensmittel, Elektronik...)
- Interaktive Schaufenster
- Holographische Projektionen für berührungsloses Display



#5: Warteschlangen an der Kasse vermeiden

- Hybrid Checkouts
- ganzheitliche Self-Checkout-Zone
- RFID-Checkouts
- Mobile Self-Scanning-Lösungen
- Mobile Payment
- Tunnel Scanner
- automatisierte Warenerfassung an bedienter Kasse
- Smarte Einkaufswagen

The Retail Optimiser

Colruyt führt Self-Checkouts mit Toshiba und Pan Oston ein

Die belgische Colruyt Group hat begonnen, Märkte ihrer Vertriebslinien Okay, Okay Compact und Spar mit Self-Checkout-Systemen auszustatten. Die Geräte kauft Colruyt nach eigener Wunschkonfiguration bei Toshiba. Das Design der Self-Checkouts, die Toshiba in ähnlicher Ausführung als Produkt unter dem Namen 'Toshiba Smart Wing' in Europa vertreibt, stimmt vom niederländischen Spezialisten Pan Oston. Produziert werden die Geräte für Toshiba und Colruyt ebenfalls von Pan Oston, zu deren Kunden auch dm, Albert Heijn, Action, Hema und Pico zählen.

Colruyt erlaubt an den den Geräten ausschließlich Kartenzahlung. Grundsätzlich ist das schlanke Design der Geräte, die Pan Oston auch selbst in seiner Produktreihe 'Slim Balance' anbietet, jedoch auch hervorragend geeignet, um Cash-Bezahlen zu integrieren.

The Retail Optimiser

Edekas Netto testet hybride Kassen mit GK und Kesseböhmer

Zusätzlich zu den regulären Kassen werden in einigen neu- und wiederröffneten Filialen Hybridkassen, die sowohl als reguläre Kassen wie auch als Selbstbedienungskassen eingesetzt werden können. Dies beruht auf der Supermarktgruppe'ser Finanzkraft wurde die hybride Kasse von Netto in Zusammenarbeit mit dem Lieferanten Spezialisten Kesseböhmer. Die Software für die Kassen wurde vom Technologieanbieter GK geliefert. Nach Informationen von Retail Optimiser ist auch die Supermarktgruppe will Netto die hybride Kassen sowie die bisherigen Self-Checkouts ersetzen. Die zu Ende gehende Discusstion will die Hybridkassen nach einer erfolgreichen Testphase in ausgewählten Filialen ausrollen und die herkömmlichen Self-Checkouts dort komplett abschaffen.

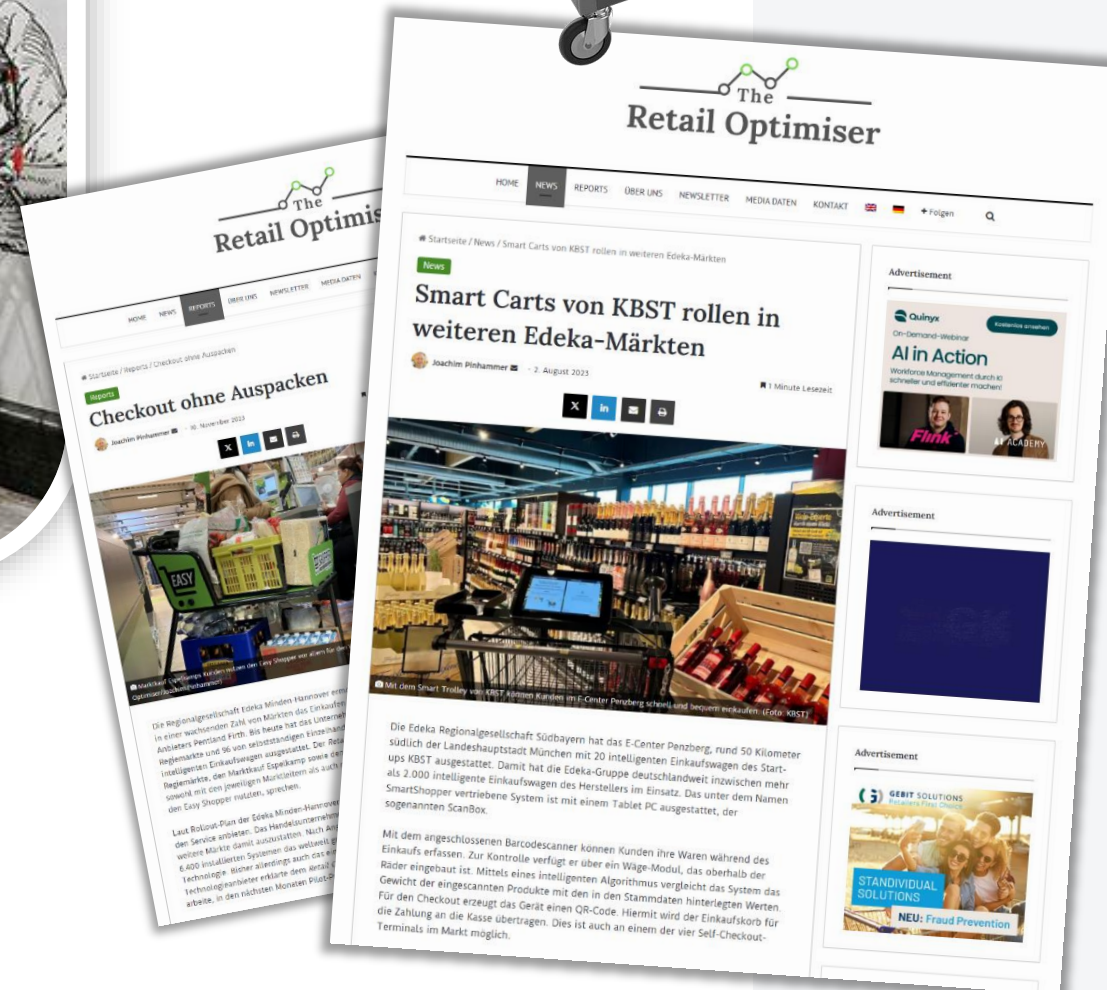
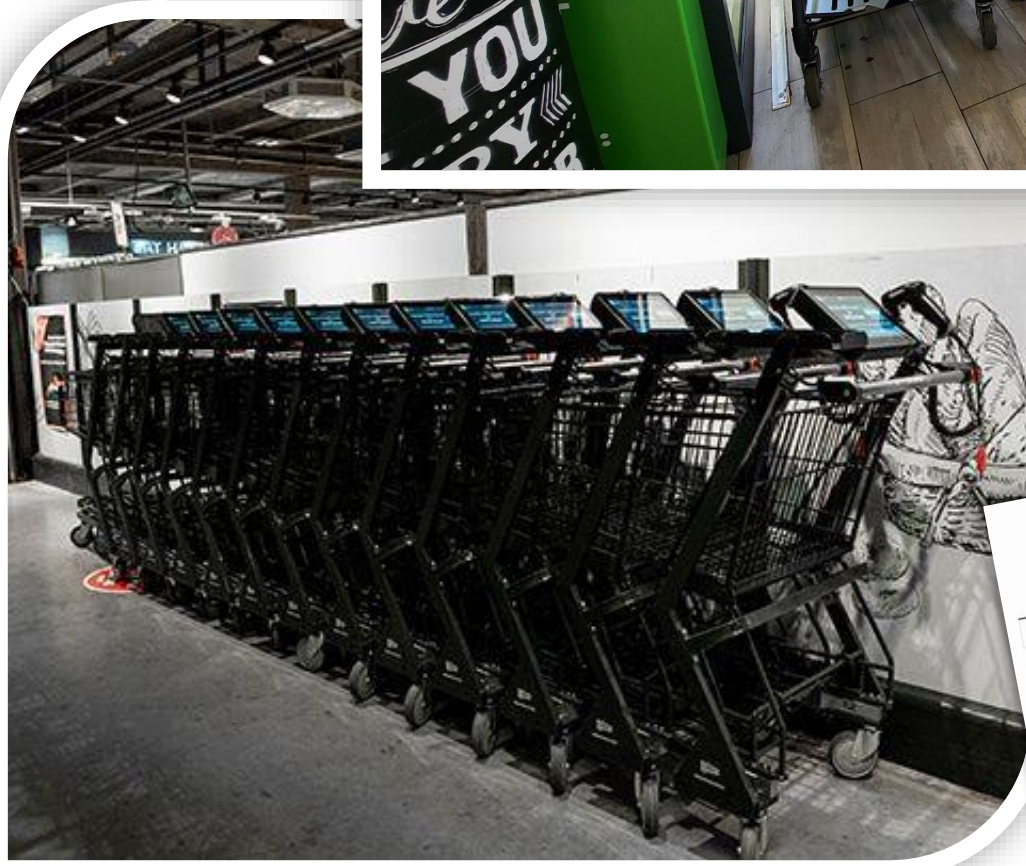
#6: Effizienz steigern am Checkout

- Self-Checkout-Lösung für kleine Warenkörbe (Convenience Stores, Drogerien, Tankstellen, Quick-Service-Restaurants, Fachgeschäfte)
- Computer Vision und KI erkennt und prüft gleichzeitig bis zu 20 Artikel ohne Barcode-Scanning
- kurze Verarbeitungszeit nach Auflegen des letzten Artikels
- Batterie-betrieben auch im Freien oder bei Veranstaltungen einsatzbereit



#7: Personalmangel bewältigen

- Smarte Einkaufswagen mit Scan & Go- und Bezahl-Funktion (integriertem Treuprogramm)
- Bildschirm (Werbung, Info und App-Integration)
- Sensoren, Kameras und Wägezellen (bis 2g genau) minimieren Diebstahl
- kein Umpacken + Warten an der Kasse
- Device Management + Reporting
- Temperaturen von -20°C bis +50°C
- Aufladen über:
 - Einkaufswagen-Haus mit integrierter Lade-Technik
 - mobile Lade-Schiene



#8: Checkout-Zeiten verkürzen

- KI-basierte Computervision-Software identifiziert automatisch frische Produkte, Backwaren, Schüttgüter und lose Artikel ohne PLU-Codes
- Verwendung von Plastiktüten sowie Miss Matches werden erkannt
- verkürzt Checkout-Zeiten für Shopper um 90% für Store-Personal um 35%



Scouting-Tour EuroCIS

18. Februar 2025

10:15 - 12:15 Uhr

Treffpunkt: Stand des dLv / Halle 9 / B02

Erleben Sie smarte
Technologie-Lösungen
und ausgewählte
Innovationen.

Sprechen Sie direkt an den
Ständen mit den
Verantwortlichen der
Unternehmen.

Holen Sie sich
wertvolle Impulse für
Ihr Business.

Bleiben Sie auf dem Laufenden

Abonnieren Sie
unseren Newsletter
kostenlos:

➤ retail-optimiser.de/news





The Retail Optimiser

HOME NEWS REPORTS UBER UNS NEWSLETTER KONTAKT + Follow

Updates Walmart Kanada investiert Milliarden in Technologie

News



Walmart Kanada investiert Milliarden in Technologie
Walmart reagiert auf den Druck von Amazon: Auch in Kanada investiert der weltgrößte Einzelhändler Milliarden, auch in Technologie. Zwei neue...
Read More »

Reports



Wie Verbraucher die Veränderungen im Handel treiben: „Mehr Daten, bitte!“
Der französische Handel nimmt den Kundenwunsch nach mehr digitalen Produktinfos sehr ernst, berichtet unser Gastautor Antoine Durieux, CEO von Alkemics

Advertisement

SUPPLIER RELATIONS 3.0
Download Report for Free
ALKEMICS accenture

Newsletter

Abonnieren Sie unseren Newsletter -

Annette Böhm:



SCAN ME

Björn Weber:



SCAN ME