

Pilotprojekt zeigt: Self-Checkout auch im Baumarkt beliebt

Schweizer Kunden nutzen im Lebensmittelbereich bereits rege die Möglichkeit von Self-Checkout-Systemen. In Bussigny testet JUMBO seit August, ob Kunden diese Bezahlungsmöglichkeit auch bei einem Baumarkt wählen würden. Erste Bilanz nach drei Wochen: Über ein Viertel wählt freiwillig den Self-Checkout.

Dietlikon, 20. August 2018

Das selbständige Erfassen und Bezahlen von Einkaufsgütern (Self-Checkout) hat sich im Schweizer Detailhandel etabliert. Statistiken zeigen: Regelmässig nutzen 20 bis 50 Prozent der Kunden den Self-Checkout, statt lange an der Kasse anzustehen. In den unterschiedlichen Nutzungszahlen zeigt sich, dass sich kleinere Artikel und Mengen besser für das System eignen: So ist über die Mittagszeit der Anteil besonders hoch, da für die Pause nur Kleines eingekauft wird.

Das Kundenbedürfnis nach Self-Checkout brachte JUMBO auf die Frage: Wie lässt sich Self-Checkout in Baumärkten umsetzen?

«Im Vergleich zum Lebensmittelhandel stellt ein Baumarkt viel komplexere Anforderungen an ein Self-Checkout-System», erklärt Lars Wasserfallen, Projektleiter bei JUMBO. Darum ist das System in der Schweiz in Baumärkten erst rudimentär im Einsatz. In einem Pilotprojekt in Bussigny testet JUMBO nun seit August als erster Baumarkt der Schweiz einen umfassenden Self-Checkout für das ganze Sortiment – von der Schraube bis zum schweren und sperrigen Sack Gartenerde.

Lars Wasserfallen: «Augenfällig ist der Unterschied bereits beim Warenkorb – mit den entsprechenden Auswirkungen auf den Ladenbau. Wir fragten uns: Wie muss die Checkout-Zone gebaut sein, dass auch sperrige Artikel schnell und unkompliziert ausgecheckt werden können?» Unkompliziert muss auch der Bezahlvorgang sein. Darum kann im Pilotprojekt vorerst nur mit Karten oder via Contactless-Funktion bezahlt werden.

Nach drei Wochen bezahlt bereits ein Viertel der Kunden im Self-Checkout

Die bisherigen Nutzerzahlen übertreffen die Erwartungen. «Seit Projektstart wählte mehr als ein Viertel der Kunden das selbständige Abwickeln, ohne dass wir dafür spezielle Anreize gesetzt haben», zieht Wasserfallen ein positives Fazit. Er sieht bei den Kunden eine grosse Akzeptanz.

Das Pilotprojekt in Bussigny wird JUMBO sechs bis neun Monate betreiben. Danach wird JUMBO Bilanz ziehen, ob und in welcher Form das Bezahlkonzept Self-Checkout eingeführt werden soll.

Information zu Bildmaterial

JUMBO hat für Medienschaffende Bildmaterial zusammengestellt. Sie können die Bilder via [diesen Link](#) herunterladen.

Kontakt

Fabian Rauber
Head of Media Relations
Direktwahl +41 (0) 44 805 62 33
fabian.rauber@jumbo.ch

Jumbo-Markt AG

JUMBO ist ein hoch spezialisierter Detailhändler und mit seinen 40 Standorten die zweitgrösste Baumarktkette der Schweiz. Wie MANOR gehört JUMBO zu 100 Prozent der Genfer Maus Frères Holding. Im Jahr 2017 hat JUMBO mit rund 1500 Mitarbeitenden einen Umsatz von rund 552 Millionen Schweizer Franken erzielt.