

# TECHNOLOGIE & LOGISTIK

## LOYALTY-SYSTEM

### Lidl vereinheitlicht Kundenkonten

Neckarsulm. Lidl macht auch in Deutschland erneut deutlich, dass es die Shopping-Daten seiner Kunden in einem einheitlichen Loyalty-System nutzen will, um ihnen möglichst passende Angebote zu unterbreiten. Verbraucher, die sich bisher nur im Online-Shop angemeldet haben, werden dieser Tage per Mail gebeten, ihren Account bis 1. Juli in ein „My Lidl-Konto“ umzuwandeln. Dieses Konto ist ein Single-Sign-On-Service, der auch die App „Lidl Plus“ für Einkäufe in stationären Märkten umfasst. Lidl will die Daten aus beiden Welten verheiraten. *rod/lz 14-21*

## IN-APP-BEZAHLFUNKTION

### Clubhouse und Facebook mit Payment

Menlo Park/Oakland. Zwei der großen Social-Media-Plattformen haben diese Woche ihre in die jeweilige App integrierten Payment-Funktionen ausgeweitet. Facebook erlaubt zunächst nur in den USA privat-zu-privat-Zahlungen (P2P). Dafür muss ein Nutzer mit der Facebook-App einen QR-Code auf dem Handy des zweiten scannen. Bei Clubhouse können Nutzer jetzt erstmals den „Initiatoren“ von Communities Geld schicken. *rod/lz 14-21*

## IN DEN USA

### Paypal-Kunden zahlen mit Bitcoin

San Jose, USA. Paypal-Kunden in den USA können mit Kryptowährungen wie Bitcoin bezahlen. Das Unternehmen will damit die Akzeptanz des digitalen Geldes stärken. Voraussetzung ist, dass in der virtuellen Paypal-Geldbörse des Nutzers ein ausreichender Bestand der Währung vorliegt. Bei der Transaktion tauscht Paypal den Wert für den Händler automatisch in US-Dollar um. Eine Gebühr falle dabei nicht an, teilte Paypal mit. *mgil/lz 14-21*

## FILIALANLIEFERUNG

### Rossmann nutzt Logistik-App Habbl

Burgwedel. Rossmann hat für seine Lkw-Fahrer die App Habbl eingeführt. Mit dem Tool des Anbieters Fleetboard habe der Drogeriehändler die Filialanlieferungen digitalisiert und vereinfachen können, heißt es in einer Mitteilung. Habbl erfasse über mobile Endgeräte auch Parameter, die für die Abrechnung relevant sind wie die Fahrstrecke. Auch die Entlade-Scans von Rollboxen würden mit der neuen Lösung einfacher verlaufen. *mgil/lz 14-21*

## FINANZ-SOFTWARE

### SAP gewinnt Google als Großkunden

Walldorf. SAP hat Google als neuen Großkunden für seine Buchhaltungs-Software gewonnen. Für den IT-Dienstleister ist es auch ein Prestige-Erfolg im Wettbewerb mit Oracle, von dem Google zu den Deutschen wechselt. Laut einer internen E-Mail ist der Wechsel zur SAP Finanz-Software FICO für Mai angesetzt. Die Umstellung habe monatelange intensive Vorarbeiten erfordern, ergaben Recherchen des Nachrichtensenders CNBC. *dpa/mgil/lz 14-21*



## Fressnapf rollt Mitarbeiter-App aus

Händler entwickelt Tool für Aufgabenverwaltung auf der Fläche – Verkauf an interessierte Händler

Auf einen Blick: Statt gedruckter Handbücher setzt Fressnapf nun eine App ein, die alle anfallenden Aufgaben zentral auflistet. Eine Wissensmanagement-Funktion soll folgen.

Krefeld. Fressnapf kommt bei der Digitalisierung seiner Filialen voran und rollt seine Mia-App international aus. Das neue Tool vereint Aufgaben- und Wissensmanagement für Mitarbeiter auf der Fläche. Von ihrer Eigenentwicklung sind die Krefelder so überzeugt, dass auch andere Händler die Software kaufen können.

Fressnapf investiert weiter in die Digitalisierung seines stationären Geschäfts: Derzeit rüstet der Händler alle Filialen in Deutschland mit seiner neuen Mitarbeiter-App Mia aus. Mia steht für „My intelligent assistant“ und soll die bisherige Aufgabenverteilung in den Filialen, die teils noch mit gedruckten Handbüchern erfolgt, ersetzen.

„Mit Mia haben wir nun ein Mitarbeiter-Tool, mit dem wir alle Aufgaben in einer Filiale steuern können“, sagt Benjamin Beinroth, Vice President IT & Processes bei Fressnapf. Dank der App sieht das Personal auf einen Blick, welche Aufgaben zu erledigen sind. Das können Anweisungen des Filialleiters zu Produktplatzierungen, Promotions oder Bestellungen sein. Aber auch Anweisungen direkt aus der Zentrale, etwa bei einem Warenrückruf. Seit einigen Monaten lau-

fe der Rollout in Deutschland, Österreich und Polen. Ziel ist laut Beinroth, die Lösung langfristig Mitarbeitern in allen elf Landesgesellschaften zur Verfügung zu stellen. „Wir schaffen bald unsere alten MDE-Geräte ab und ersetzen sie durch neue Geräte von Enfore Donner. Mia läuft auf diesen Geräten wie auf jedem Smartphone“, sagt Beinroth. Das IT-Großprojekt hat Fressnapf in Zusammenarbeit mit der IBM-Tochter Ecx.io nach seinen Vorstellungen gestemmt. „Wir wollten eine Lösung, die uns gehört und keine Lizenzkosten verursacht. Wir sind unser eigener Herr und haben die Kontrolle über den Code.“

Dieser ist in der Branche schon auf Interesse gestoßen, berichtet der Manager. Andere Händler seien auf Fressnapf zugekommen und so habe man entschieden, die Lösung zu verkaufen. „Wer möchte, kann unseren Stand nutzen und das Tool auf seine Bedürfnisse anpassen“, sagt Beinroth. Derzeit gebe es einen deutschen und einen internationalen Händler, mit denen Fressnapf „in guten Gesprächen“ sei. Zum ersten Mal verkaufe das Unternehmen damit ein selbst entwickeltes Tool. Ein Software-Lieferanten will der Händler aber nicht werden. „Unser Kerngeschäft ist Tierhaltung. Wir gehen damit nicht groß hausieren“, sagt Beinroth.

Seinen Kundenservice will Fressnapf ebenfalls mit Mia verbessern und



»Wir wollten eine Lösung, die uns gehört und keine Lizenzkosten verursacht. Wir sind unser eigener Herr und haben die Kontrolle über den Code«

Benjamin Beinroth, Vice President IT & Processes Fressnapf

neben der Aufgabenverteilung auch ein Wissensmanagement einführen. „Damit starten wir in diesem Jahr. Ziel ist es, Wissen auf die Fläche zu bringen, um Kunden etwa besser bei der Futterwahl beraten zu können“, berichtet Manuel Cranz, Leiter Enterprise Architecture bei Fressnapf. Je nach Allergie oder Vorerkrankung des Haustiers soll Mia künftig das richtige Futter empfehlen können. Eine dritte Säule der App soll ein Newsfeed sein, mit dem Mitarbeiter gezielt angesprochen werden können, so Cranz. Dies sei etwa bei Schulungen angedacht.

Im Zuge des Aufbaus seines Omni-Channel-Ansatzes digitalisiert Fressnapf seit geraumer Zeit seine Filialen mit besonderem Nachdruck. „Wir setzen auf eine voll vernetzte Filiale“, sagt Beinroth. Dazu gehören laut dem Manager künftig eine Cloud-Kasse, eine cloudbasierte Warenwirtschaft und elektronische Preisetiketten (ESL). In diesem Jahr will Fressnapf rund 30 Mio. Euro in die IT, die digitale Plattform und die Logistik investieren, wie der Händler auf seiner Jahrespressekonferenz vor einigen Wochen erklärte. Die Entwicklungskosten in Höhe eines einstelligen Millionenbetrags für Mia haben sich laut Beinroth schon bald gelohnt. „Für uns ist das gut investiertes Geld, denn durch die Einsparungen rechnet sich Mia schon ab dem zweiten Jahr.“

Maurizio Giuri/lz 14-21

## Edeka und Rewe setzen auf Münzautomaten

Dienstleister Coinstar stellt mehr Maschinen in Supermärkten auf – Kaufland nutzt Geräte in übernommenen Real-Filialen weiter

Berlin. Lebensmittelhändler setzen vermehrt auf Münzautomaten von Coinstar, um Kleingeld von Kunden in Wertbons umzutauschen. Während Kaufland die Geräte in den Real-Filialen übernimmt, bauen Edeka und Rewe den Einsatz auf der Fläche kräftig aus.

Im deutschen Handel wächst die Zahl der Münzwechselautomaten von US-Dienstleister Coinstar derzeit stark. „Ende 2021 werden laut Plan rund 1300 unserer Geräte bei Lebensmittelhändlern auf der Fläche stehen“, sagt Andreas Spinkler, Managing Director Germany. Aktuell sind es laut Spinkler deutschlandweit 854, die in nahezu allen Real-Filialen (258), vielen Edeka Regiemärkten und bei Selbständigen in allen Regionen (insgesamt 500) zu finden sind. Zudem laufen Tests in mehreren Drogeriefilialen von Budni in Hamburg.

Im Laufe des Jahres sollen die knapp 450 zusätzlichen Münzautomaten primär bei Edeka und auch bei Rewe stehen. Derzeit bietet Rewe den



Geplündertes Sparschwein: Eine Kundin wirft kleine Münzen in den Automaten.

Service nur an vereinzelten Standorten an. Die Zahl soll jedoch kräftig aufgestockt werden – und das deutschlandweit. Auch bei Großflächenbetreiber Kaufland ist das Interesse an den Automaten verbrieft: In allen 92 Filialen, die Kaufland von Real übernehmen darf, bleiben die bestehenden Münzgeräte laut Rahmenvertrag im Einsatz. „Wir werden

die Nachfrage einige Monate beobachten und dann entscheiden, unter welchen Voraussetzungen und in welchem Umfang wir sie an weiteren Standorten im Bestandsfilialnetz integrieren“, erklärt Kaufland.

Dabei ist die Nutzung der Automaten aus Sicht eines Händlers ziemlich unkompliziert: er muss lediglich rund 1 qm Fläche bereitstellen, Betrieb,

Wartung und Cash-Logistik übernimmt der Dienstleister. Will ein Kunde sein Kleingeld einzahlen, wirft er die Münzen unsortiert ins Rüttelsieb, hinter dem das Gerät sie zählt. Die Kunden erhalten einen Wertbon in Höhe des Geldwerts – abzüglich einer Transaktionsgebühr von 9,9 Prozent. Ein Teil davon geht als Rückvergütung an den Händler.

„Von Händlerseite sind keine Investitionen nötig und dank der Umsatzbeteiligung rechnen sich die Automaten auch kaufmännisch“, sagt Spinkler. 2020 haben nach seinen Angaben 1,6 Mio. Kunden Münzen im Wert von 66 Mio. Euro in die Coinstar-Automaten eingezahlt.

Im Durchschnitt werfen Verbraucher 450 Geldstücke ein und erhalten dafür einen Bon über knapp 42 Euro. Das zeigt, dass die Kunden den Service vor allem zum Einzahlen großer Mengen kleiner Münzen zum Beispiel aus Spardosen nutzen. Für kleinere Beträge wie den Münzbestand im Geldbeutel wird der Service aufgrund der relativ hohen Gebühr hingegen selten genutzt. *boe/lz 14-21*