



Alles für den PoS von morgen

Im Februar zieht es wieder mehr als 110.000 Händler und andere Fachbesucher aus aller Welt nach Düsseldorf zur Euroshop, der weltgrößten Messe für Ladenausrüstung. Rund 2.300 Aussteller aus mehr als 60 Ländern zeigen dort ihre Neuheiten. **Bernd Liening**

>> Die Euroshop ist für den Handel in gewisser Hinsicht auch immer ein Trendindikator. Zum einen tragen die Aussteller Informationen über Pilotprojekte aus aller Welt nach Düsseldorf, zum anderen kann man dort auch erfahren, wer im heimischen Handel gerade was auspro-

biert, welche Innovationen sich zuletzt in der Praxis bewährt haben, welche lautlos wieder begraben wurden.

Einen Schwerpunkt, der nicht nur für Lebensmittelhändler interessant ist, setzt die Düsseldorfer Messe in diesem Jahr mit dem Ausstellungsbe-



Richtungsweisende Technologien garantieren die Aussteller in Düsseldorf

Prozent mehr als im Jahr 2017. Mit 5,2 Milliarden Euro wird der Großteil der Umsätze in Deutschland im LEH erzielt. Die Bandbreite der Konzepte dort ist groß und reicht von kleinen Shops in der Vorkassenzone über Back-Cafés, Sushi- und Saft-Bars bis hin zu Verzehrstationen und Restaurants mitten in den Märkten. Die Hersteller von Food-Service-Equipment lassen sich nicht bitten und tragen der wachsenden Nachfrage und den besonderen Anforderungen im Handel Rechnung.

MULTIFUNKTIONALE SYSTEME

So zeigt **Wiesheu** auf der Euroshop einen neuen Heißluftbackofen, der über ein automatisches Beladesystem verfügt und sich vollautomatisch reinigt. Hersteller **Rational** setzt auf multifunktionale Kochsysteme, die für mehr Produktivität in Supermarktküchen sorgen sollen. „Auf der Euroshop werden wir darstellen, wie gesunde Snacks auch von fachfremdem Personal einfach zubereitet werden können“, so Carina Rister von der Rational AG. Mit dem „Self Cooking Center“ von Rational kann man auf nur einem Quadratmeter Fläche grillen, braten, backen, dämpfen, dünsten, blanchieren oder pochieren. Und zwar laut Hersteller unabhängig davon, ob Fleisch, Fisch, Geflügel, Gemüse, Eierspeisen, Backwaren oder Desserts, für 30 oder 1.000 Essen zubereitet werden müssen. Darüber hinaus wird eine neue Vernetzungslösung präsentiert, mit der sich unter anderem Hygiene-Prozesse managen lassen.

Auch Kältespezialist **Epta** zeigt in Düsseldorf heiße Lösungen für die Gastronomie im LEH. Mit „Epta Concept“ übernimmt ein bereichsübergreifendes Team gemeinsam mit den Händlern die Planung, Umsetzung und Einrichtung themenspezifischer Food-Corner. Das Angebot

reich „Handelsgastronomie“, der die ganze Bandbreite von sogenanntem „Food Service Equipment“ präsentiert. Der Markt gewinnt in Deutschland und anderen Ländern an Dynamik. „2019 wird die Branche rund zehn Milliarden Euro Bruttoumsatz mit handelsgastronomischen Angeboten in Deutschland Erlösen“, prognostiziert Olaf Hohmann, beim Kölner EHI Retail Institute für den Forschungsbereich Handelsgastronomie verantwortlich. Das sind rund vier

Energie-Lösungen im ECOpark

Die Energiespeicher-Messe Energy Storage Europe (ESE) kooperiert mit der Euroshop. Die beiden Düsseldorfer Fachmessen wollen Handelsunternehmen darüber informieren, wie sich mit dem Einsatz von Speichersystemen Energiesparmaßnahmen umsetzen lassen. Bei der Euroshop werden auf der Sonderfläche ECOpark intelligente Lösungen rund um Energiethematen im Einzelhandel vorgestellt. Dabei werden auch Energiespeicherlösungen und ihr Beitrag für Klimaschutz und Kostensenkung im Handel prominent thematisiert. Die kommende ESE findet vom 10. bis 12. März 2020 in Düsseldorf statt.

beinhaltet Salat- und Grillbars ebenso wie Tapas- und Sushibars inklusive Theken und Sitzbereiche.

Wanzl Ladenbau stellt bei der Euroshop den Premium-Supermarkt „La Mall“ vor, der höchste Ansprüche erfüllen soll – auch mit Gastro-Angeboten. Die anspruchsvolle Kundenschaft wird empfangen von Theken aus Marmor, Regalen aus Echtholz und individuellen Designerlampen. Eine eigene Kinderwelt mit Indoor-Spielplatz und Betreuung ist in diesem Storekonzept ebenfalls vorgesehen. Ein anderer Trend, den Wanzl auf der Messe aufgreift, sind „Urban Stores“ für Großstädter. Der Anstoß für dieses Konzept: In Metropolen wie New York oder Toronto gibt es erste Appartementshäuser, wo in den Küchen kein Herd mehr eingebaut ist. Dafür übernimmt ein „Urban Store“ direkt im Foyer des Wolkenkratzers die Versorgung mit den täglichen Produkten bis hin zu fertigen Snacks und Convenience-Gerichten. Wanzl hat seinen Urban Store als moderne Lifestyle-Wohnung mit Hell-Dunkelkontrasten, pointiertem Farbeinsatz und ausgesuchten Dekoelementen eingerichtet. Das Einkaufen selbst in diesem Konzept-Store funktioniert smart und kassenlos, das Smartphone fungiert als digitale Kundenkarte.

Aichinger präsentiert unter dem Motto „Think Food“ neue Lösungen für die Trends im LEH: mehr Frische-Inszenierung, mehr Gastronomie, mehr Frische-Convenience und to go. Im Fokus stehen die neue SB-Kühlmöbelserie „Top Spot MIO+“, die neue, geschwungene Kühltheke „Sirius Swing“, gastronomische Kleinflächenkonzepte für den LEH sowie digitale Lösungen zur Energieeinsparung und Verkaufsoptimierung am PoS. Mit „Top Spot MIO+“ können in einem SB-Kühlmöbel erstmals Produkte mit unterschiedlichen Temperaturanforderungen präsentiert werden – bis zur Temperaturklasse Mo+. „Damit wird eine bisher nicht gekannte Freiheit und Flexibilität bei der Produktbestückung

möglich – von Sushi über Sandwich bis Smoothie“, so der Hersteller. Aichinger will auf der Messe seine Kompetenz als einer der führenden Komplettanbieter für Shop-Design im Frischbereich und als Hersteller von Kühlmöbeln „Made in Germany“ hervorheben. „Wir sind der einzige Anbieter für den LEH, der Planungs- und Umsetzungs-kompetenz in den Bereichen Shop Design und Gastronomie einerseits und eigene Herstellungs-Kompetenz bei Kühlmöbeln andererseits einbringt“, erklärt Patrick Simon, Leiter Vertrieb LEH bei Aichinger.

Die Hauser GmbH zeigt an ihrem Stand flexibel einsetzbare Kühlmöbel und energieeffiziente Kältetechnik. Zu den Highlights zählen steckerfertige Lösungen wie die neue, schlanke Tiefkühlinsel „Meranis“ und das flexibel beschickbare Wandkühlregal „Regius“. Hauser rüstet seine Kühlmöbel mit dem natürlichen Kältemittel CO₂ aus. „Mit unseren modernen Kühlmöbeln und der



energiesparenden Kältetechnik bieten wir wirtschaftliche und zukunftssichere Lösungen“, erklärt CEO Thomas Loibl.

Die KMW Kühlmöbelwerk Limburg GmbH präsentiert auf der Euroshop einen Ausschnitt ihrer gewerblichen Kühl- und Tiefkühlmöbel für alle Vertriebsformen und Betriebsgrößen des LEH.

Bison Schweiz AG und Xplace gehen eine Partnerschaft ein und präsentieren neue ESL-Projekte wie hier bei Media-Saturn.

Das Programm umfasst die Sparten Wandkühlregale, Theken, Tiefkühl-elemente und steckerfertige Möbel. Die Möbel sind untereinander kombinierbar. KMW beschäftigt aktuell knapp 200 Mitarbeiter und produziert nach eigenen Angaben „als einziger Hersteller des kompletten Supermarktprogramms gewerblicher Kühl- und Tiefkühlmöbel noch in Deutschland“.

Viessmann stellt mit „Tecto Deck MD5“ eine neue, platzsparende Wandkühlregal-Familie vor, die hohe Leistung mit Energieeffizienz verbindet und verbesserte Vermarktungs-Optionen für verschiedene Markt- und Produkttypen bietet. Das Modell „MD5 eco“ ist eine ökologische Wahl für kontrollierte Marktbedingungen, während MD5 für anspruchsvollere Produkte und Lagerbedingungen geeignet ist. Die Kühlmöbelhygiene wurde durch eine Abflussrinne für verschüttete Flüssigkeiten im Kühlregal unter der Bodenplatte und eine neue Konsolenlösung für das vordere Ansauggitter verbessert.

Am Stand der Epta-Gruppe wird die Thekenreihe „Velvet/Shape“ der Marken Costan/Bonnet Névé ein besonderer Anziehungspunkt sein. Das mit dem „German Design Award 2020“ ausgezeichnete Kühlmöbel ist besonders wandlungsfähig, weil die drei Grundmodelle Design, Studio und Style mit zahlreichen Glasauflägen und Dekoren kombinierbar sind. Die Besucher erhalten zudem Einblicke in die neuesten Entwicklungen der CO₂-Kältetechnik, die den Vorgaben der F-Gas-Verordnung entspricht.

Smarte Lösungen und „more customer experience pro Quadratmeter“ verspricht Bizerba seinen Standbesuchern. Vorgestellt werden zum Beispiel vernetzte Lösungen für die komplette Frische-Produktion oder das Food-Preparing im Store, zum Beispiel „Smart Shelf Management“ und „Smarter Slicing“.

Die Shopbeleuchtung bleibt, so offenbart es der „EHI Energiemonitor

Dark Stores für Online-Shopper

„Es braucht neue Ideen für die letzte Meile“, heißt es bei Wanzl. Denkbar sind nicht mehr

nur große zentrale Logistikzentren, aus denen geliefert wird, sondern die Integration auto-

matischer Kommissioniersysteme in bestehende Handelsformate, die online

bestellte Warenkörbe in Abholboxen ablegen. Paketzusteller oder Lieferplattformen könnten somit Aufträge bündeln und dem Kunden nach Hause bringen. Mit seinem mobilen Arbeitsplatz, einem smarten Wearable Scanner, nestbaren Rollcontainern und AGV1-fähigen Kommissionierwagen hat Wanzl dafür die nötigen Produkte im Sortiment.



Wanzl zeigt mit seinem Dark-Store-Konzept unterschiedliche Lösungen für den Weg der Ware vom Lager bis zum Kunden.

2020⁶, unverändert einer der Investitionsschwerpunkte im deutschen Handel und nimmt einen entsprechend breiten Raum auf der Euroshop ein. Die vor mehr als einem Jahrzehnt eingeläutete Revolution durch die LED-Technik hat ein nahezu unerschöpfliches Potenzial an Anwendungsoptionen für den Handel hervorgebracht. Die Digitalisierung ist dabei ein wichtiger Treiber. „Wir stehen hier erst am Anfang der Entwicklung, aber Licht kann schon heute die Infrastruktur bieten, ohne dass zusätzliche Installationen notwendig sind“, heißt es beim österreichischen Lichtexperten Zumtobel. Das sei ein einmaliger Vorteil.

Ansorg stellt unter anderem das Leuchtensystem „Aila“ vor, dessen schwenkbare Linsen mit verschiede-

nen Abstrahlcharakteristiken für eine asymmetrische Lichtverteilung eine schnelle Anpassung des Lichts ermöglicht. Je nach eingestelltem Winkel setzt sie Regalwaren oder zusätzlich die Gangmitte mit hoher Lichtqualität in Szene. Dank ihrer Flexibilität eignet sich Aila auch als Grund- oder Gondelkopfbeleuchtung.

Bäro wird darstellen, welche Möglichkeiten der Einsatz von warenspezifischen Lichtfarben und Spektren in Retail-Projekten bietet. Zu den Neuheiten zählt die Einbauleuchten-Serie „Intara SX“: Sie umfasst Downlights, Wandfluter und Richtstrahler, die reduzierte Maße wie nur 70 mm Einbautiefe und 68 mm Deckenausschnitt mit hohen Lichtströmen und einer exakt gesteuerten Lichtverteilung verbinden. In dieser Linie



34

Prozent der Besucher der vorangegangenen Euroshop 2017 stammten aus Deutschland.

wendet Bäro erstmals Vollspektrum-LEDs an, die in Farbwiedergabe und biologischer Wirkung natürlichem Licht nahekommen.

Ein traditionell wichtiger und von zahlreichen Ausstellern belegter Bereich der Euroshop ist die Welt der Kassen und PoS-Systeme. Nachdem jahrelang das Schlagwort „mobile“ hier die Entwicklung diktierte, geht es jetzt einen Schritt weiter – in Richtung „Frictionless Store“. Bezahl-Apps und digitale Geldbörsen, Smartphones und Smartwatches verändern die Zahlungsvorgänge am PoS. Der Euroshop-Bereich „Dimension Retail Technology“ zeigt innovative Lösungen rund um Mobile Payment und mobilen Check-out. Zahlungsdienstleister wie Adyen, CCV, Ingenico oder Wirecard sowie die



bankeigenen Dienstleister S-Payment und VR-Payment zeigen neben der aktuellen Generation NFC-fähiger Terminals für den stationären Einsatz auch Lösungen, um Smartphone-Zahlungen mobil entgegenzunehmen. Erforderlich ist dazu entweder ein tragbares Bezahlterminal mit WLAN oder Mobilfunk-

Schnittstelle oder eine mobile Kassens-App (mPOS).

Toshiba verspricht die Zukunft des Einkaufens ganz ohne Kasse und Scanning und präsentiert die dafür notwendigen Lösungen. „Wir haben unser Zukunftskonzept für den ‚Frictionless Store‘ auf Grund der positiven Resonanz weiterentwickelt“,

Epta verspricht für die Bedienungstheke **Velvet/Shape** eine vollständig individualisierbare Gestaltung.

36

Prozent der Euroshop-Besucher hatten zuletzt einen direkten Handelsbezug.

sagt Toshiba-Manager Christoph von Lingen. „Wir zeigen, wie bereits heute mit innovativen Technologien ein schneller und komfortabler Einkauf möglich ist.“ Neu ist das Angebot der „Intelligent Availability Services“, das Toshiba in Deutschland erstmals in Europa vorstellt. Mithilfe von Analytics-Technologien werden Daten über Geräte und Bestände ausgewertet, sodass Toshiba und die Einzelhändler jederzeit in Echtzeit Einblick in den Zustand ihrer IT-Infrastruktur und den Betrieb der Filiale haben. Servicemaßnahmen können ergriffen werden, bevor ein Gerät ausfällt oder andere Probleme entstehen.

Auch **Zebra** bringt ganz neue Produkte mit nach Düsseldorf. Beispielsweise das Head-Mounted-Display „HD4000“, mit dem Mitarbeiter bei der Regalarbeit zusätzliche Informationen im Blickfeld und gleichzeitig die Hände frei haben. Neu ist auch der kabellose Ringscanner „RS5100“, der mit nur einem Finger bedient werden kann.

Nicht zu kurz kommen bei der Euroshop die digitalen PoS-Medien, das „Digital Signage“. Online Software zeigt zusammen mit Partnern die neuen Dimensionen gedruckter und digitaler Lösungen unter dem Einfluss von Sprachassistenten, künstlicher Intelligenz (KI) und anderen zukunftsweisenden Technologien. „Wer sich als Einzelhändler dem Megatrend Erlebniswelt als Zukunftskonzept für den stationären Handel anschließen möchte, muss seine Kunden gut kennen und seine Konzepte sehr individuell auf die Kunden ausrichten und klar kommunizieren – auf allen Kanälen“, unterstreicht Jürgen Berens von Rautenfeld, Vorstand der Online Software AG, die Aktualität von Digital Signage in Zeiten der digitalen Transformation am PoS.



Bernd Liening ist freier LP-Mitarbeiter und hat sich für die Euroshop seine Schuhe schon neu besohlen lassen. Der Kassenbon liegt uns vor.