

Automated Retail Trends 2021

11. Januar 2020, Luzern | Wie verändert sich die Welt des Automated Retail? Wohin gehen die Markttrends 2021? Welche IoT-Lösungen werden in Zukunft unser Einkaufserlebnis formen? Nach dem totalen Stillstand einerseits und einem Ansturm auf Verkaufsautomaten während den kurzen Öffnungszeiten andererseits, ist es auch für den Automated-Retail-Markt Zeit nach vorne zu schauen. Das Luzerner Startup Invenda Group ist spezialisiert auf IoT-Lösungen in Automated-Retail-Markets und hat fünf Trends im 2021 zusammengestellt.

1. Trend: Corona-bedingtes Einkaufsverhalten verlangt individuelle Lösungen

In den Bahnhöfen und Flughäfen weltweit ist seit der Corona-Krise nichts mehr wie es war: Die Pendlerströme haben sich verändert, die Passagierzahlen sind zusammengebrochen und erholen sich erst langsam wieder. Das führte allgemein dazu, dass die Planung von Öffnungszeiten der Geschäfte schwieriger wurde. Das Resultat: Offene Geschäfte ohne Kundschaft und auf der anderen Seite Passagiere und Pendler, welche unverhofft vor geschlossenen Geschäften stehen. In den Flughäfen in [Zürich](#), Paris, [Frankfurt](#) oder London sind die Öffnungszeiten weiterhin an die Corona-Situation angepasst, obwohl die Passagierzahlen wieder zunehmen. Ebenfalls wird das Homeoffice unser Einkaufsverhalten nachhaltig verändern und steigende E-Commerce-Zahlen zeigen eine Tendenz zum individuellen Einkaufen, wann man will und wo man will.

Hier greift Automated Retail: Es ermöglicht ein Shopperlebnis rund um die Uhr. Die Studie [Global Field Force Automation Market Analysis](#) 2021 von Research and Markets besagt, dass sich dieser Umsatz bis 2030 fast verzehnfachen wird. Neue Automaten-Systeme ermöglichen dank Gamification und AI, sowie reibungslosen Customer Journeys, einmalige Einkaufserlebnisse.

2. Trend: Automated-Retail-Lösungen für Menschen mit Beeinträchtigungen

Menschen mit Beeinträchtigungen werden in ihrem Alltag weiterhin diskriminiert. In der Schweiz wird bereits viel gemacht, um eine Verbesserung hervorzurufen - zum Beispiel mit Initiativen wie dem [Cybathlon der ETH](#). Auch Automated Retail-Technologien können in Zukunft viele der Barrieren aufheben. Bereits heute wird Sprachsteuerung basierend auf IoT-Technologie getestet, um sehbehinderten Menschen 24/7-Einkauf am Verkaufsautomaten zu ermöglichen. Invenda geht noch einen Schritt weiter: Der intelligente Verkaufsautomat ermöglicht es, das Display auf Menschen im Rollstuhl anzupassen.

3. Trend: Nährwertzusammensetzung muss auch auf einem Verkaufsautomaten und anderen Self-Service Stationen sichtbar sein

Deutschland stimmte am 9. Oktober 2020 der Einführung des sogenannten Nutri-Scores zu. Das Nutri-Score System soll die Nährwertangaben auf Lebensmitteln vereinfachen und vereinheitlichen. In anderen EU-Ländern wurde der Nutri-Score bereits eingeführt, in der Schweiz wird darüber diskutiert. Für Automated Retail heisst das konkret, dass man sich zukünftig auf strengere Richtlinien und eine bessere Sichtbarkeit der Nährwerttabelle der Produkte einstellen muss. Bei nicht-digitalen Verkaufsautomaten, welche immer noch einem Schaukasten gleichen, ist dies praktisch nicht möglich, bei digitalen Automaten mit Touchscreen hingegen schon. Denn hier können alle Produktinformationen auf dem grossen Display eingeblendet und interaktiv genutzt werden. Quelle: <https://www.blv.admin.ch/blv/de/home/lebensmittel-und-ernaehrung/ernaehrung/nutri-score.html>

4. Trend: Die Akzeptanz von E-Commerce: eine Chance für den Einzelhandel

Corona, Webshops, schnelle Logistik: E-Commerce boomt und mit ihr innovative Systeme für digitale Einkaufserlebnisse. Mit der App bestellen und den Einkauf im Geschäft abholen oder per Velokurier zu sich bringen lassen - vor ein paar Jahren noch undenkbar, heute an der Tagesordnung. Von dieser Entwicklung können ebenfalls die vermeintlichen Verlierer, die sogenannten Tante-Emma-Läden, profitieren. Mit neuen Automated-Retail-Lösungen werden sie zukünftig ihre Cross-Channel-Strategien ausbauen können. Was wir vom digitalen E-Commerce-Marketing und den entsprechenden Algorithmen kennen, ist ebenfalls im stationären Handel möglich - Artificial Intelligence ist hier das Stichwort. Cross-Channel-Verkäufe sind aber auch für andere Geschäftsfelder spannend, zum Beispiel für Betreiber von Ladestationen, Bergbahnen, Fitnesscentern und vielen mehr.

Quelle:

<https://www.mytotalretail.com/article/why-e-commerce-and-brick-and-mortar-are-stronger-together/>

5. Trend: Dank 5G-Rollout werden noch mehr Daten schneller verarbeitet

Die Zahl der vernetzten Geräte steigt rasant und IoT-Lösungen welche unseren Alltag effizienter gestalten sind auf dem Vormarsch. **5G** wird auch die Automated-Retail-Branche stark beeinflussen. Bis zu 100 Mal schneller als 4G wird die 5. Generation des Mobilfunknetzes die Latenzzeit deutlich verringern und somit die Vernetzung von Echtzeitanwendungen und intelligenten Geräten drastisch verbessern. Für innovative Automated-Retail-Technologien bedeutet 5G somit bessere Gerätekommunikation dank Datenaustausch in Echtzeit, welche nahtlosere Einkaufserlebnisse ermöglicht.