

Sparkassen wollen Paydirekt anschieben

Frankfurt. Die Sparkassen-Finanzgruppe greift zum vermutlich letzten Mittel, das dem vor sich hindümpelnde Online-Zahlverfahren Paydirekt noch die nötige kritische Masse geben könnte: Onlinebanking-Kunden vieler Sparkassen bekommen eine Nachricht in ihr E-Postfach, mit der sie automatisch Paydirekt-Nutzer werden, falls sie nicht bis Anfang November widersprechen, meldet Bargeldlosblog.de. Aktive Nutzer werden sie aber erst, wenn sie ein Passwort wählen. Der Blog kommentiert, dass Paydirekt „die Nutzerzahlen und vor allem aber die Transaktionen signifikant hochfahren“ müsse – sonst sei „das ambitionierte Vorhaben der deutschen Kreditwirtschaft, ein nationales Internet-Zahlverfahren zu etablieren, gescheitert“. [rod/lz 33-17](#)

Bündnis treibt vernetztes Auto voran

Stockholm. Der schwedische Netzwerkausrüster Ericsson will mit mehreren Partnern die Entwicklung von vernetzten Fahrzeugen vorantreiben. Ericsson hat dazu gemeinsam mit dem Autohersteller Toyota, dem Chiphersteller Intel, dem Telekom-Unternehmen NTT und dem Autozulieferer Denso ein Konsortium gegründet. Ziel sei es, die notwendige Netz- und Recheninfrastruktur für vernetzte Autos zu schaffen, heißt es in einer Mitteilung. Dadurch soll unter anderem die Erstellung von Echtzeit-Karten möglich werden. [jen/lz 33-17](#)

Neue Kartenterminals für Tchibo-Kassen

Hamburg. Der Händler Tchibo kauft neue Kartenterminals von CCV. Der Hersteller stattet nach eigenen Angaben 1400 Tchibo-Kassenplätze mit neuen Terminals und Software aus. Damit ist auch das kontaktlose Bezahlen über die Nahfunktechnik NFC möglich. Den Netzbetrieb übernimmt der Dienstleister Concardis. [jen/lz 33-17](#)

DHL und Ford stellen E-Transporter vor

Bonn. Die Deutsche Post DHL und der Autohersteller Ford haben einen neuen Elektro-Transporter zur Paketzustellung vorgestellt. Basis des sogenannten Street Scooter Work XL ist ein Ford-Transit-Fahrgestell, das um einen elektrischen Antriebsstrang ergänzt wird ([lz 24-17](#)). Die beiden Unternehmen wollen in diesem Jahr 150 Transporter in Vorserie produzieren, bis Ende 2018 sollen es 2.500 Fahrzeuge sein. DHL setzt schon länger kleinere elektrisch betriebene Transporter zur Auslieferung von Paketen ein, mittlerweile liegt die Zahl der Street Scooter bei 3.000. [jen/lz 33-17](#)

Alle Daten direkt vor Augen

Penny lässt Lagerarbeiter in Rumänien smarte Brillen tragen – Ein Ziel sind weniger Fehler – Test läuft bis Ende September

Köln. Penny testet in Rumänien den Einsatz von Datenbrillen im Lager. Das soll dafür sorgen, dass die Mitarbeiter schneller werden und weniger Fehler machen.

Die Lagerarbeiter von Penny bekommen wichtige Informationen nun direkt vor die Augen: Die Rewe-Tochter testet in einem Logistikzentrum in Rumänien den Einsatz von Datenbrillen. Die Geräte sollen die Kommissionierer schneller zur Ware führen. Zudem geht das Unternehmen davon aus, dass sie dadurch weniger Fehler machen, wie es in einem Rewe-Newsletter heißt.

Bisher tragen die Mitarbeiter einen kleinen Tablet-Computer am Arm, mit dem sie die Aufträge verwalten oder sie halten ein Gerät zur Datenerfassung in der Hand, das sie immer wieder ablegen müssen. Der Vorteil, den man bei Penny in der Brille sieht: Die Arbeiter haben beide Hände frei. Die Daten, die sie für die Bearbeitung der Aufträge brauchen, werden in einem Sichtfenster auf der Brille angezeigt. Arbeitsschritte bestätigen können sie per Stimme. Die Mitarbeiter müssten nur die Worte „okay“, „next“ und „cancelled“ sowie die Zahlen auf Englisch beherrschen, um die Brille zu steuern, heißt es im Newsletter.

Die Anlaufzeit für das Projekt habe zwei Jahre gedauert, das Aufsetzen des Tests sei aber „kein großes Problem“ gewesen, da die Funktionalität der Brille weitgehend selbsterklärend

VERSCHIEDENE METHODEN



Kommissionier-Hilfe: Datenbrille im Einsatz – im Bild ist ein DHL-Mitarbeiter.

Pick-by-Vision: Datenbrille blendet Arbeitsschritte ein.

Pick-by-Light: Signallampen am Regal mit Displays, die Informationen zeigen.

Pick-by-Voice: Mitarbeiter bekommen Informationen über Kopfhörer.

Mobile Datenerfassung (MDE): Mitarbeiter nutzen Handscanner.

sei. Zehn Mitarbeiter probieren bei Penny derzeit zwei verschiedene Modelle aus: Google Glass und Vuzix. Der Unterschied liegt darin, dass die Google-Brille die Bilder und Informationen auf einem durchsichtigen Hintergrund anzeigt, während dieser bei dem anderen Modell undurchsichtig ist.

Der Test im rumänischen Ștefănești soll bis Ende September laufen. Die Software für die Steuerung

der Brillen stammt vom Start-up Ubimax. Zu dem konkreten Projekt äußerten sich weder Penny noch Ubimax.

Generell ließe sich die Geschwindigkeit beim Zusammenstellen der Waren durch den Einsatz der Brillen steigern, sagt Percy Stocker, einer der Ubimax-Geschäftsführer. Die Zeiterparnis liege in vielen Fällen zwischen 15 und 30 Prozent, manchmal gar bei 60 Prozent. Dadurch könnten Unter-

nehmen mehr Aufträge bei gleicher Mitarbeiterzahl abwickeln. Zudem ließen sich neue Mitarbeiter schneller einarbeiten.

Einen weiteren Vorteil sieht Stocker in der Art der Datenaufbereitung. „Durch die intuitive grafische Darstellung können die erforderlichen Informationen sehr schnell vom Mitarbeiter erfasst werden.“ Das Sorge dafür, dass weniger Fehler passieren. Ein Beispiel: Wenn ein Arbeiter verschiedene Aufträge gleichzeitig zusammenstellt, zeigt ihm die Brille bildlich an, welches Produkt in welchen Wagen gehört.

Durch den Einsatz von Datenbrillen könnten sich Unternehmen von Konkurrenten abheben, weil die Mitarbeiter zufriedener seien, glaubt Stocker. Das sieht man offenbar auch bei Penny so. In den Lagern herrsche „Druck als Arbeitgeber attraktiv bleiben zu müssen“, heißt es im Newsletter. „Hier kann der Einsatz innovativer Technik ein wichtiger Vorsprung gegenüber der Konkurrenz sein.“

Inzwischen verwenden Unternehmen aus verschiedenen Branchen vernetzte Brillen. „Der Einsatz eignet sich für sämtliche Logistikprozesse, bei denen Waren von A nach B bewegt werden, insbesondere falls der Mitarbeiter seine Hände dafür nutzt“, sagt Stocker. Potenzial sieht er auch für die Anwendung im Supermarkt: Dort könnte man Datenbrillen für die Zusammenstellung von E-Commerce-Aufträgen oder bei der Inventur gebrauchen. [Jenny Busche/lz 33-17](#)

Migros-App erkennt Produkte

Kunden können sich Rezepte und Bewertungen anzeigen lassen – Informationen stammen von verschiedenen Plattformen

Zürich. Der Schweizer Händler Migros bringt Informationen von verschiedenen Plattformen auf seiner App zusammen: Sie zeigt unter anderem Produktbewertungen von Kunden an.

Welche Rolle spielt das Smartphone beim Einkauf? Händler wie Migros setzen darauf, dass das Handy für Kunden zur wichtigen Informationsquelle wird. Das Schweizer Unternehmen hat seine App um eine sogenannte Discover-Funktion ergänzt. Kunden können sich Rezepte vorschlagen lassen, über die Nährwerte von Lebensmitteln informieren oder nachlesen, was andere von einem bestimmten Produkt halten.

„Grundsätzlich geht es um Transparenz“, sagt Philipp Bühler von Migros, der die Funktion mitentwickelt hat. Die App biete keine Informationen, die vorher nicht verfügbar waren – sondern vereine Daten von verschiedenen Online-Plattformen. „Das Produkt steht im Mittelpunkt und wird zum Informationsträger.“

Die App erkennt ein Produkt an seiner Verpackung. Dazu muss der Kunde sein Smartphone meist an die Vorderseite halten, bei Joghurt-



Bilderkennung: Migros-Kunden können per App mehr über Produkte erfahren.

bechern beispielsweise lässt sich auch der Deckel scannen. Das System funktioniert über eine Bilderkennung, wie Bühler erklärt. Inzwischen seien Referenzbilder von rund 10.000 Produkten hinterlegt – nah dran an allem, was eine mittelgroße Filiale zu bieten habe. Ausgenommen sind unverpackte Waren wie Obst, Gemüse oder Fleisch. Die App könne zwar erkennen, dass es sich um ein Schnitzel handele, aber nicht, ob es von Migros oder einem anderen Händler stamme.

Die Zahl der Fehlermeldungen habe sich seit dem Start Ende März deutlich reduziert, sagt Bühler. Die App, die kontinuierlich dazulernt, liege zu mehr als 98 Prozent richtig.

Hinweise auf das Angebot gibt es weder an den Produkten selbst noch anderswo in den Filialen. Dennoch nutzen etliche Kunden die Funktion: „In den ersten drei Wochen hatten wir eine halbe Million erfolgreiche Scans“, berichtet Bühler. „Jetzt sind es 20.000 am Tag.“

Es stehe nicht im Vordergrund, die Informationen, die Migros über die Kunden gewinnt, für Marketingzwecke zu nutzen. „Wir könnten auch persönliche Informationen ausspielen, aber das steht für uns derzeit nicht im Fokus der Weiterentwicklungen.“

Stattdessen arbeitet der Händler an einer anderen Ergänzung: Demnächst soll die App auch Anzeigen oder Fotos aus dem Migros-Kochmagazin erkennen können und den Kunden die gleichen Informationen bieten wie beim Scannen der Produkte in der Filiale. Eine Überlegung sei zudem, eine Filtermöglichkeit für die Bewertungen, die von der Dialogplattform Migipedia stammen, einzuführen, sagt Bühler. Bisher werden den Nutzern nur eine durchschnittliche Gesamtnote sowie die einzelnen Kommentare in chronologischer Reihenfolge angezeigt. Auf der Plattform können Kunden unter anderem Produkte testen oder mitentwickeln sowie darüber abstimmen, was ins Regal kommt.

Ein weiterer Schritt zum Ausbau der App wäre die Vernetzung mit dem Online-Shop, so dass sich direkt eine Bestellung aufgeben ließe – so weit ist Migros aber noch nicht. [jen/lz 33-17](#)

Auf lebensmittelzeitung.net:

**Lebensmittel
Zeitung**



Bildergalerie

Rothaus investiert in eigenen Fan-Shop

➔ lebensmittelzeitung.net/rothaus