

Endlich K-APIERT

Wie funktioniert ein digitales Preisschild?

Es gibt viele Dinge in einem Supermarkt, die man nicht hinterfragt. In unserer neuen Serie „Endlich K-APIERT“ gehen wir ihnen auf den Grund und erklären, wie sie funktionieren. Thema der ersten Folge: Digitale Preisschilder.

Sie sind klein und unscheinbar und unterscheiden sich auf den ersten Blick nicht von ihren analogen Pendanten: Digitale Preisschilder, im Fachjargon auch ESL (Electronic Shelf Labels) genannt, halten europaweit Einzug in Supermärkte, so auch bei Kaufland. Seit Jahren werden sie in allen deutschen Filialen des Lebensmittelhändlers in den Obst- und Gemüseabteilungen eingesetzt. Seit Neuestem findet man sie zudem auch in den Filial-Bäckereien von Kaufland. Die Vorteile der elektronischen Preisschilder liegen für das Unternehmen auf der Hand: „An erster Stelle steht für uns immer, unsere Prozesse zu optimieren und den Arbeitsaufwand für unsere Kollegen in den Filialen zu verringern. Die digitalen Preisschilder ermöglichen einen reibungslosen Wechsel der Preise und Informationen, ohne jedes Mal ein Etikett einzeln auszudrucken und einzustecken. Das ist, insbesondere in Bezug auf Preissenkungen wie bei unseren wöchentlichen Aktionspreisen, eine immense Zeitersparnis“, sagt Matthias Weinreuter, Prozessexperte ESL bei Kaufland.

Digital oder analog – optisch kein Unterschied

Optisch sind die digitalen Preisschilder allerdings kaum von herkömmlichen Papier-Preisschildern zu unterscheiden. Das liegt daran, dass sie auf der E-Ink-Technologie basieren, die man zum Beispiel von E-Readern kennt. Sie reflektieren das Licht wie normales Papier und leuchten nicht, was beim Lesen angenehmer ist. Ein weiterer Vorteil: „Im Gegensatz zu Segmentdisplays, mit denen man nur leuchtende Zahlen und Buchstaben darstellen kann, können wir mit der E-Ink-Technologie unterschiedliche Farben und Schriften darstellen. Das heißt: Wir können auch Zusatzinformationen wie unsere discountbillig-Angebote oder vegane Produkte in den Schriftarten und Farben darstellen, die der Kunde von unseren analogen Preisschildern kennt“, sagt Matthias Weinreuter.

So kommen die Preise ins Display

Die Anbringung der Displays ist denkbar einfach: Sie werden genau wie analoge Preisschilder einfach in die Leiste vor dem Regal geklemmt und müssen nicht, wie man vielleicht annehmen könnte, aufwändig verkabelt werden. Die Grafikänderung des Displays verbraucht nur sehr wenig Energie, weshalb die Schilder über Jahre mit einer Knopfzellenbatterie betrieben werden können. „Die Preisschilder sind sehr langlebig, auch das ist ein großer Vorteil. Einmal angebracht, müssen sie nur noch mit den aktuellen Informationen bespielt werden. Das heißt, die Preise werden für jede Kaufland-Filiale zentral gepflegt und aktualisieren sich automatisch“, erklärt Matthias Weinreuter und ergänzt: „Zusätzlich ergeben sich weitere Vorteile: Zum Beispiel können wir tagesaktuelle Preisreduzierungen deutlich schneller als bisher bearbeiten. Diese nutzen wir, um Obst und Gemüse oder Backwaren kurz vor Ladenschluss im Preis zu senken und abzuverkaufen. So wirken wir Lebensmittelverschwendung entgegen.“

Die elektronischen Preisschilder bringen also nicht nur Vorteile für die Mitarbeiter, die durch das ausbleibende Stecken der Etiketten entlastet werden, sondern auch für die Umwelt, da hohe Papiermengen durch das tägliche Wechseln der Preisschilder entfallen. Nicht zuletzt ist die digitale Variante auch ein Mehrwert in der Kundenkommunikation: „Der Kunde kann sich sicher sein, dass er immer den aktuellen Preis und wirklich alle relevanten Informationen auf dem Etikett findet. Preisdifferenzen zwischen Kasse und Regaletikett, die z.B. durch ein versehentlich verfrühtes Einstecken des Angebotspreises entstehen können, entfallen ebenfalls. Die Preise am Regal sind

immer identisch mit denen im Kassensystem“, erläutert Matthias Weinreuter und räumt direkt mit einem weiteren Vorurteil auf: „Viele Menschen denken, dass wir die digitalen Preisschilder wie an Tankstellen für versteckte Preiserhöhungen nutzen. Das ist definitiv nicht der Fall. Im Sinne unserer Kunden nutzen wir die Preisschilder tagsüber nur für Preissenkungen.“