

## **Auf der EuroCIS 2022 zeigt Toshiba flexible SB-Lösungen, mobile Kassen und Technologien für „Frictionless Retail“**

*Der Messestand B42 in Halle 9 steht unter dem Motto „Accelerate with Purpose“.*

Neuss, 30. Mai 2022.- Auf der EuroCIS erfahren Einzelhändler am Messestand von Toshiba, wie sie ihr Filialgeschäft mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz, Computer Vision, Edge Computing und anderen innovativen Technologien voranbringen. Im Mittelpunkt stehen Self-Service Lösungen, die Mobilität der Mitarbeiter in Kombination mit sicherem Bezahlen sowie die „Frictionless Retail“ Zukunft. Für Werbekampagnen, die an das Einkaufsverhalten der Kunden angepasst sind, stellt Toshiba seine Lösung Shop Data Analytics vor. Die Besucher erfahren außerdem, wie Toshiba Einzelhändler von der ersten Idee bis zur Implementierung der Lösungen mit integrierten Services unterstützt.

Toshiba zeigt seine Lösungen für bequemes Einkaufen in Halle 9 am Stand B42 unter dem Motto „Accelerate with Purpose“. Die Experten diskutieren dort vom 31. Mai bis zum 2. Juni 2022 mit den Messebesuchern nicht nur darüber, wie Händler ihren Kunden das beste Einkaufserlebnis bieten, sondern auch wie sie künftig schnell und flexibel auf Veränderungen reagieren können.

### ***Self-Service mit mehr Komfort und Kontrolle***

Toshiba zeigt auf der EuroCIS sein modulares **Self Checkout System 7**, das mit einer Kamera ausgestattet ist, die mit Hilfe von Computer Vision Technologie Artikel erkennt. Damit beschleunigt sich der Scanvorgang, da die Kunden am Monitor eine „kuratierte“ Vorauswahl erhalten, wenn sie einen Artikel ohne Barcode kaufen möchten. Die langwierige Suche nach dem entsprechenden Artikel über ein Menü entfällt, und zugleich reduziert sich die Auswahl falscher Artikel – sei es unabsichtlich oder bei einem Betrugsversuch. Falls ein Kunde einen anderen Artikel auswählt, als er von der Kamera erkannt wird, wird der für die SB-Kassen zuständige Mitarbeiter darüber informiert, und dieser prüft dann die Situation. Mit Hilfe der Anwendung Mobile Operations Manager verfügt dieser Mitarbeiter jederzeit über aktuelle Informationen, wenn es zu Unregelmäßigkeiten kommt oder ein Kunde Hilfe benötigt.

Hohen Komfort und zugleich Sicherheit vor Betrug ermöglicht Toshiba auch bei der **Scan & Go Self-Scanning Lösung**, bei der die Kunden für das mobile Scannen entweder ihr Smartphone oder mobile Geräte des Einzelhändlers nutzen. Am Toshiba Messestand

erfahren die Besucher, wie in der Kassenzone das Loss Prevention System Supersmart des Partners Bizerba die Warenkörbe schnell und sicher überprüft, deren Inhalt zuvor über Toshiba Scan & Go eingescannt worden ist. Mit Hilfe von visueller Erkennung, Gewichtssensoren, Einkaufsmustern und Künstlicher Intelligenz erfolgt auch bei großen Warenkörben eine sekundenschnelle Validierung.

Hohe Flexibilität an der Kassenzone ermöglicht der **Pro-X Hybrid Kiosk** von Toshiba, den die Messebesucher in unterschiedlichen Konfigurationen kennenlernen. Mit seiner drehbaren Grundplatte ist das Kiosksystem flexibel einsetzbar: als SB-Station für Kunden oder als Kassensystem, das von Mitarbeitern bedient wird.

### ***Mobile Kassen und sicheres Bezahlen***

Mobile Geräte mit Kassenfunktion haben nach Ansicht der Einzelhändler hohes Potential. Das ist eines der Ergebnisse der EHI-Studie POS-Systeme 2022. Mit der Lösung, die Toshiba auf der EuroCIS vorstellt, können Einzelhändler aller Branchensegmente dafür die mobilen Geräte nutzen, die sie bereits im Einsatz haben. Statt diese auf der Verkaufsfläche zum Beispiel nur für logistische Anwendungen zu nutzen, ermöglicht die Lösung von Toshiba, damit auch den Einkauf für die Kunden komfortabler zu gestalten. Beispielsweise können die Mitarbeiter Bestellungen des Kunden entgegennehmen und buchen, die dann zu diesem nach Hause geliefert werden.

Das Bezahlen ist an den mobilen Geräten schnell und sicher möglich. Zusammen mit seinem Partner Worldline zeigt Toshiba an seinem Messestand beispielsweise das Bezahlen mit Pin-on-Glass, bei dem die Eingabe der PIN direkt über die Oberfläche des Tablets oder Smartphones erfolgt.

Über innovative Bezahlungstechnologien und wie Einzelhändler an allen Touchpoints einen reibungslosen Bezahlvorgang sicherstellen können, berichten Dries De Beul von Toshiba und Karel-Lodewyck Lefere von Worldline in ihrem Vortrag „The state of payments post-covid and the future outlook. Key takeaways for European retailers on their digital transformation journey“. Der Vortrag findet am 1. Juni um 14:20 Uhr auf der Connected Retail Stage in Halle 10 statt.

### ***„Frictionless retail“ beginnt am Regal***

Damit „Frictionless Retail“ nicht nur den Kunden einen reibungslosen Einkauf ermöglicht, sondern die Einzelhändler auch einen Geschäftsnutzen erzielen, müssen sie ihre „Reise“ von Anfang an mit realistischen Zielen planen. Wie ihnen das gelingt, erfahren die

Messebesucher im Vortrag des Toshiba Innovations Consultant James Frank "The journey to frictionless retail. Choosing your destination and where to get off the train." Dieser findet am 31. Mai um 12:40 Uhr auf der Retail Technology Stage in Halle 10 statt.

Am Messestand zeigt Toshiba für den Weg zum „Frictionless Retail“ Edge Computing Technologien wie die TCx® EDGEcam, die mit Hilfe von Computer Vision Technologie beispielsweise die Artikel erkennt, die sich im Regal befinden, und dadurch jederzeit eine Bestandsaufnahme in Echtzeit ermöglicht. Dank der Edge Computing Technologie sind dafür keine kostenaufwendigen Client-Server Konfigurationen erforderlich, da mehrere Kameras unabhängig miteinander und mit der Cloud kommunizieren können.

### ***Datenanalyse basierte Produktwerbung über Digital Signage Bildschirme***

Produktwerbung über die Digital Signage Bildschirme einer Filiale, die auf einer Datenanalyse des Einkaufsverhaltens basiert, ermöglicht die Lösung Shop Data Analytics von Toshiba. Dafür werden die Kassendaten eines Marktes gesammelt und die Warenkörbe der Kunden über Algorithmen analysiert. Der Einzelhändler erhält so tiefe Einblicke in die relevanten KPIs seines Marktes und Informationen über den Abverkauf seiner Waren. Die Analyse macht Wechselwirkungen sowie Potenziale für Up- und Cross-Selling Kampagnen sichtbar, die den Umsatz in der Filiale steigern können. Kampagnen-Slots können auf Warengruppen- und Artikelebene definiert werden, so dass eine passgenaue Artikelwerbung für die Filiale umgesetzt werden kann.

### **Über Toshiba Global Commerce Solutions:**

Toshiba Global Commerce Solutions ist ein weltweit führender Anbieter von Technologie für den Einzelhandel, der die erste Wahl der Einzelhändler für integrierte Filiallösungen ist. Mit einem globalen Team an spezialisierten Geschäftspartnern bietet das Unternehmen innovative Lösungen, die die Zukunft des Einzelhandels gestalten. Die Lösungen ermöglichen den Einzelhändlern eine bessere Kundenbindung, die Veränderung des Einkaufserlebnis in der Filiale und die Beschleunigung der digitalen Transformation.

Weitere Informationen stehen zur Verfügung unter <https://commerce.toshiba.com/> und über [Twitter](#), [LinkedIn](#), [Facebook](#), [Instagram](#) und [YouTube](#) .

### **Für weitere Informationen:**

Susanne Hamke  
Toshiba Global Commerce Solutions  
Tel.: +49 (0)2131 4019 189  
Email: [Susanne.hamke@toshibagcs.com](mailto:Susanne.hamke@toshibagcs.com)

Dr. Brigitte Knittlmayer  
bk - b2b public relations  
Tel.: +49 (0)211 569 22 44  
Email: [Knittlmayer@t-online.de](mailto:Knittlmayer@t-online.de)