

Digitale Bonpflicht hat viele Tücken

Viele Händler müssen Kassen aufwendig umrüsten – QR-Code-Lösung als Mittel der Wahl – Von Magnus Bührmann

Die Einführung einer Pflicht für digitale Kassenbons ist mit mehr Aufwand und Kosten für den Handel verbunden, als es zunächst den Anschein haben mag. Der Teufel steckt wie so oft im Detail.

Der Referentenentwurf „zur Einführung einer Kassenpflicht, zur Bekämpfung von Steuerhinterziehung und zur weiteren Digitalisierung des Steuerrechts“ ist da. Kernpunkt und medial präsent ist die Kassenpflicht für Unternehmen ab einem Jahresumsatz von 100 000 Euro. Gern zitiert wird auch die Abschaffung der „papierbehafteten Belegausgabepflicht“, also der Pflicht zum physischen Druck eines Kassenbons.

Das klingt zunächst nach Entlastung: eine Menge Papier sparen und die Umwelt schonen. Doch die Belegpflicht verschwindet nicht, sie wird digital. Künftig soll der Händler im Rahmen einer „Belegbereitstellungspflicht“ den Kassenbon elektronisch bereitstellen.

Schon heute kann ein Beleg mit Zustimmung des Kunden elektronisch übermittelt werden. Mit der neuen Regelung verschwindet für den Händler die Wahlfreiheit: Er kann nicht einfach bei Papierbons bleiben und auf einen digitalen Beleg verzichten. Eine Befreiung aus Zumutbarkeitsgründen dürfte für die meisten Händler kaum greifen.

Der Referentenentwurf geht davon aus, dass moderne Kassensysteme digitale Bons bereits unterstützen oder sich entsprechend nachrüsten lassen. Ob die pauschal angesetzten Anpassungskosten jedoch die Realität komplexer, historisch gewachsener POS-

Landschaften tatsächlich abbilden, ist fraglich.

Gerade für große Händler kann die Umstellung anspruchsvoll werden. Einige Bestandsinstallationen nutzen statt grafischen noch 2x20-Zeichen-Displays, die lediglich Text und keinen QR-Code darstellen können. Hier müsste Hardware nachgerüstet werden, sofern man nicht auf einen anderen Bereitstellungsweg ausweicht.

Noch aufwändiger kann die Softwareseite werden. Manche Händler nutzten ältere Versionen von Standardsoftware, für die Hersteller keine neuen Funktionen mehr entwickeln. Andere Systeme sind stark individualisiert oder vollständig eigenentwickelt – so wird aus einer vermeintlich kleinen Anforderung schnell ein eigenes Entwicklungsprojekt. Hinzu kommt die Frage, ob ein grafisches Kundendisplay von der bestehenden Software überhaupt unterstützt wird.

Alternativ ließe sich der QR-Code auch auf dem Karten-Terminal anzeigen oder sogar NFC nutzen – der Referentenentwurf spricht hier von „Technologieoffenheit“. Änderungen am Karten-Terminal sind aufgrund der Regulatorik meist aufwändig. Somit wird es in den meisten Fällen auf den QR-Code auf dem „Kassenbildschirm“ hinauslaufen, den der Referentenentwurf als „praktikabelste Lösung“ bezeichnet.

Mit dem QR-Code alleine ist es allerdings noch nicht getan. Er enthält üblicherweise einen Link zu einem PDF-Dokument, das der Kunde mit seinem Smartphone abrufen kann. Klingt einfach, allerdings müssen auch alle Hintergrundprozesse dazu in nahezu Echtzeit erfolgen, denn zeitnahe Bereitstellung ist vorgeschrieben.



Papierlos: Edeka zum Beispiel bietet Kassenbons bereits vielerorts digital an, allerdings noch nicht flächendeckend.

Mit dem QR-Code allein ist es nicht getan. Auch die Hintergrundprozesse müssen in nahezu Echtzeit erfolgen

Es müssen somit die Bondaten in der Regel sofort nach der Transaktion in die Zentrale und auf einem Cloud-Server abgelegt werden. Bei einer modernen Systemarchitektur sicherlich kein Problem, aber was ist mit den Händlern, die Daten vielleicht noch im Batch verarbeiten oder mit Standorten, die eine sehr schlechte Internetverbindung haben? Hinzu kommt, dass der Beleg revisionssicher abgelegt werden und „dauerhaft abrufbar“ bleiben muss.

Einige Händler lehnen sich nun eventuell schon entspannt zurück: „Den digitalen Kassenbon habe ich ja schon in meiner App!“ Auch hier steckt eine mögliche Schwierigkeit – die Übertragung in ein „Kundenkonto“ wird zwar explizit genannt, allerdings kann erwartet werden, dass der digitale Beleg allen Kunden zugänglich sein muss, nicht nur den Kunden mit installierter Händler-App. Hier müsste man dann bald zweigleisig fahren – die Stammkunden bekämen ihren Bon weiterhin in der App und für Gelegenheitskäufer müsste eine

andere Form der Bereitstellung gewählt werden – verbunden mit zusätzlicher Entwicklung, zusätzlichen Tests, zusätzlicher Komplexität.

Wie wenig man hier bisher auf die Realität im Handel geschaut hat, zeigt sich übrigens auch daran, dass man zwar die Kosten für die Umstellung auf den digitalen Beleg berechnet hat, diese jedoch nur auf Kassensoftware-Anbieter und nicht auf Händlerseite. Wie diese an die Händler weitergegeben werden, könne nicht eingeschätzt werden.

Digitalisierung ist grundsätzlich selbstredend begrüßenswert, jedoch nicht um jeden Preis. Und den Preis müssen in diesem Fall möglicherweise die Händler zahlen. Die Verbände haben die Problematik mittlerweile aufgegriffen – bleibt abzuwarten, ob ihre Stellungnahmen im weiteren Gesetzgebungsverfahren noch zu Anpassungen führen.

Iz 35-26

Magnus Bührmann ist Gründer und Managing Owner der Digitalberatung RITP Retail/IT/Payment und berät als Kassenspezialist multinationale Handelsunternehmen bei komplexen Integrationsprojekten.

Edeka testet Diska-Smart-Store

Standort in Thüringen kommt zu Randzeiten ohne Personal aus

Die Edeka-Region Nordbayern-Sachsen-Thüringen testet ein teilautonomes Konzept für ihre Discount-Linie Diska. Zu den Randzeiten bleibt der Markt unbemannt, Kunden können an SB-Kassen bezahlen.

Diska, der Regional-Discounter der Edeka-Region Nordbayern-Sachsen-Thüringen, hat ein teilautonomes Store-Konzept namens „Diska+“ in Betrieb genommen. Das „innovative Hybridkonzept“ in Obermaßfeld-Grimmenthal im Süden Thüringens sei eine Premiere für die Unternehmensgruppe, schreibt die Edeka-Region auf LinkedIn. Von 9 bis 18 Uhr sind Marktmitarbeiter im Laden, drei Stunden davor und vier Stunden danach läuft der Laden autonom. Dann wird aus dem rund 825 qm großen Geschäft ein „Selbstbedienungsmarkt mit Zugang per EC- oder Kreditkarte“, heißt es auf der Unternehmenswebseite. Für eine Sonntagsöffnung ist der Laden allerdings wohl zu groß. Thüringen sieht in seinem Entwurf des neuen Ladenöffnungsgesetzes eine maximale Verkaufsfläche von 400 qm für unbemannten Läden vor.

Auch der Kauf von alkoholischen Getränken und Speisen ist im autonomen Betrieb möglich: Hierfür hat Diska einen Ü18-Bereich eingerichtet, der durch eine Schrankenlösung mit Zugangskontrolle gesichert ist. Um

alles im Blick zu behalten, sind im Markt Kameras installiert: „Der Markt wird zu deiner Sicherheit und zum Diebstahlschutz videoüberwacht“, heißt es dazu.

Edeka hat bereits Erfahrung mit ähnlichen teilautonomen Konzepten gesammelt. Vor allem selbstständige Kaufleute unter der Flagge der Blau-Gelben betreiben vereinzelt solche hybriden „Low-Tech“-Stores. Diese kommen ohne aufwendige Grab & Go-Technologie aus und liegen nach Meinung von Experten gerade wegen der vergleichsweise geringen Kosten derzeit im Trend. Doch es gibt auch Rückschläge: Erst kürzlich musste Edeka Beckesepp seinen teilautonomen Markt in Baden-Württemberg wieder schließen, weil die Fläche für einen Betrieb an Sonntagen zu groß ist. Ohne den wichtigen Tag am Wochenende lohnt sich der Standort aber nicht.

Die Vertriebsschiene Diska ist der letzte verbliebene Regional-Discounter im Edeka-Verbund. Die Standorte befinden sich vor allem in ländlichen Gebieten und sind als Nahversorgermärkte konzipiert. Laut der Edeka-Region, die die meist 800 qm großen Flächen in Eigenregie betreibt, umfasst das Filialnetz mittlerweile mehr als 100 Märkte.

Diska ist mit mehr als 100 Märkten der letzte verbliebene Edeka-Regional-Discounter

mgf/Iz 35-26

Ocado gewinnt weiteren Kunden in Europa

Britischer Anbieter etabliert sich allmählich in Europa – Arbeitsplätze wackeln wegen Sparkurs

Der Tech-Konzern Ocado wird ein automatisiertes Fulfillment Center für den dänischen Online-Lebensmittelhändler Nemling errichten. Damit können sich die Briten einen weiteren europäischen Kunden sichern.

Ocado hat einen neuen europäischen Händler als Kunden gewonnen. Der Tech-Konzern aus Großbritannien wird ein automatisiertes Fulfillment Center für den dänischen Online-Lebensmittelhändler Nemling bauen, wie er mitteilte. Der Standort wird demnach in der Nähe von Kopenhagen entstehen. Vor Ort plant Ocado unter anderem, Roboter der Serie 600 zu installieren, die Behälter mit einzelnen Artikeln in dem typischen kubusartigen Lagersystem der Briten bewegen. Außerdem seien Pick-Roboter für die Kommissionierung und ein automatisierter Tiefkühlbereich geplant. Ab 2028 soll der Standort dann alle Online-Bestellungen für Nemling abwickeln.

Den neuen Kunden kann Ocado gut gebrauchen. Der Druck auf den Tech-Anbieter ist zuletzt erheblich gestiegen. Seitdem der US-Großflächenbetreiber Kroger und der kanadische Vollsortimenter Sobeys angekündigt hatten, Fulfillment Center mit Ocado-Technologie zu schließen, war der Aktienkurs eingebrochen. Aktuell durchläuft der Dienstleister ein Restrukturierungsprogramm. Demnach



KI-gesteuert: Zur Automatisierungstechnik von Ocado gehören auch Pick-Roboter.

stehen bis zu 1000 Arbeitsplätze auf der Kippe, Berichten zufolge entfällt rund die Hälfte davon auf die Technologie-Sparte. Bei der Suche nach neuen Kunden soll unter anderem helfen, dass mehrere Exklusivitätsvereinbarungen ausgelaufen sind.

Im europäischen Markt ist Ocado noch dabei, sich als Anbieter für Automatisierung im Online-Lebensmittelhandel zu etablieren. In Deutschland arbeiten die Briten bislang mit keinem Händler zusammen. Zu den europäischen Kunden zählen aller-

dings die britischen Supermarktbetreiber Morrisons und Asda, der schwedische Handelskonzern ICA, der spanische Lebensmittelhändler Bon Preu sowie die französischen Handelskonzerne Casino Group und Auchan.

Der Neuzugang Nemling ist nach eigenen Angaben der größte reine Online-Lebensmittelhändler in Dänemark. In vergangenen Geschäftsjahren erwirtschaftete das Unternehmen etwa 3,3 Mrd. Dänische Kronen (rund 440 Mio. Euro) Umsatz.

cs/Iz 35-26