

Sicherer Service

Die Confiserie Bachmann aus Luzern, Marktkiekerpreisträger 2010, setzt seit sechs Monaten auf das Kundenkartensystem von HS-Soft. Ein Erfahrungsbericht.

Es gab viele Gründe, die Confiserie Bachmann aus Luzern mit dem Marktkieker auszuzeichnen. Was das Unternehmen, das von den Brüdern Raphael und Matthias Bachmann geführt wird, aber vielleicht wirklich einzigartig macht, ist die Verbindung von lockerem Auftritt und Systemdenken. Hinter dem, was die Kunden der Confiserie als jung, innovativ und manchmal auch ein wenig flippig wahrnehmen, steckt ein bis ins Details durchdachtes System, bei dem der Erfolg kein Zufall ist. Wer über 10.000 Artikel im Angebot hat und dabei die Übersicht behalten will, kann auch gar nicht anders agieren. Entsprechend hoch waren dann auch die Anforderungen, die Matthias Bachmann stellte, als er sich auf die Suche nach einem geeigneten Kundenkartensystem für das Unternehmen mit 14 Verkaufsstellen machte. Ganz weit oben auf der Liste stand die Sicherheit, denn in der Größenordnung von Bachmann ist man bei einem Kundenkartenprogramm schnell im Bereich von mehreren Millionen Franken, die im Jahr über die Karten abgewickelt werden. Außerdem wünschte sich Bachmann ein System aus einem Guss, um den Verkäuferinnen die Bedienung zu erleichtern. Des Weiteren sollte die neue Kundenkarte vom Anbieter kontinuier-

lich weiter entwickelt werden. Schließlich funktioniert die Kundenbindung nur, wenn immer wieder neue Kaufanreize gegeben werden können. Außerdem musste das System schnell und leistungsfähig sein. Bachmann betreibt am Bahnhof in Luzern auf engem Raum die wahrscheinlich umsatzstärkste Bäcker- und Confiseriefiliale der Welt. Zeit, um auf eine langsame Netzwerkverbindung der Kassen oder das Einlesen der Kundenkarten zu warten, haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hier nicht.



Matthias Bachmann in seinem Laden an der Produktion in Luzern. Oberste Priorität hatte für ihn die Sicherheit des neuen Systems.



Das Touch-Display der Cash Assist-Kassen. Das Einlesen der Karten erfolgt berührungslos (links oben) und läuft somit sehr schnell.



Die Kundenkarten führte Bachmann im November ein. Bisher zahlen schon rund fünf Prozent der Kunden damit. Langfristiges Ziel ist, 20 Prozent der Kunden mit den Karten auszustatten.



Hier ist was los: Die Displays der Kassen von HS-Soft können von der Bachmann-Zentrale aus mit Werbemotiven versorgt werden. Normalerweise zeigen sie dem Kunden seinen Einkauf sowie auf Wunsch weitere Informationen, beispielsweise die Inhaltsstoffe, an.

Die Theorie. Also machte sich Bachmann auf die Suche nach einem System, das seine Anforderungen erfüllte. Elektronische Kundenkarten gibt es ja von vielen Anbietern. Die Karte der Schweizer Firma HS-Soft zusammen mit den Cash Assist-Kassen deckte sich aber am besten mit seinen Anforderungen. Vorteile – zunächst in der Theorie – waren:

- Die Karten funktionieren an den Cash Assist-Kassen berührungslos. Zum Einlesen ist kein EC-Terminal erforderlich. Das spart Investitionskosten, beschleunigt aber auch das Kassieren ungemein.
- Bachmann wollte seine Kundendaten nicht auf einem fremden Server ablegen und sich so von einem Dienstleister abhängig machen. Bei dem System von HS-Soft kann der Server in seiner Zentrale stehen. Es fallen keine Hostinggebühren an.
- Die Investitionskosten pro Karte sind, verglichen mit anderen Systemen, recht gering. Eine doppelt bedruckte Karte kostet den Unternehmer – je nach Abnahmemenge – rund 50 Cent.
- Die Kassen schicken ihre Daten permanent an den Server. Kommt es an einer Kasse zu einem Hardwaredefekt, sind dennoch die kompletten Daten in der Zentrale vorhanden. Informationen über die Ladung auf den Kundenkarten können also nicht verloren gehen.
- Sollte es zu einem Ausfall des Internets kommen, können die Kassen auf ein Offline-Programm umschalten. In diesem Modus kann weiter mit der Kundenkarte bezahlt werden, Aufladungen sind aber nicht mehr möglich.

Die Möglichkeiten, die das System aus einem Guss bot, überzeugten Bachmann, so dass das Unternehmen die vollständige Umstellung des Kassensystems wagte.

Und die Praxis. Bachmann hatte in seinen 14 Geschäften fast 50 elektronische Kassen im Einsatz. Anfang November 2011 gab es für das Führungsteam der Confiserie und die Mitarbeiter von HS-Soft dann viel zu tun: An einem Feiertag wurde in allen Filialen das Kassensystem komplett ausgewechselt. Schon zuvor hatte Bachmann in den Filialen je eine Cash Assist-Kasse aufstellen lassen, an der die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Bedienung der neuen Geräte üben konnten. So lief die Umstellung dann auch problemlos, mit der Bedienung kamen die Verkäuferinnen bald zurecht. Gab es doch mal ein Problem, konnte in der Regel schnell geholfen werden. Der EDV-Betreuer kann sich die Bedienoberfläche jeder Kasse sogar auf seinem Smartphone anzeigen lassen und das Gerät fernsteuern. Der Vorteil liegt auf der Hand: Die meisten Probleme lassen sich mit einem Telefonanruf klären ohne dass ein Service-Mitarbeiter ausrücken muss. Gibt es doch mal einen Hardwaredefekt, empfiehlt HS-Soft seinen größeren Kunden ein einfaches Austauschsystem: Der Unternehmer hat in der Zentrale ein oder mehrere Austauschgeräte stehen. Fällt in einer Filiale eine Kasse aus, fährt der EDV-Betreuer mit der neuen Kasse in das Geschäft und schließt sie an. Die Kasse setzt sich dann per Datenabgleich auf den aktuellen Stand, die Verkäuferinnen und Verkäufer können dann wie gewohnt weiter arbeiten. Sogar alle Verkäufe, die noch mit der defekten Kasse getätigt wurden, sind in der neuen Kasse wieder gespeichert. Die Verkaufsmitarbeiter können also ihren Abschluss am Abend wie gewohnt machen. Eventuelle Probleme mit Kundenkarten wären bei Bachmann sofort zur Chefsache geworden. Es gab aber keine. Einige Male monierten Kunden, der angezeigte Betrag sei nicht korrekt. Die Diskussion ließ sich aber immer zur Zufriedenheit aller Beteiligten lösen, jene Kunden hatten aus Versehen die Karte ihres Partners eingesteckt.



Bezahlvorgang: Hier tippt die Verkäuferin einfach ein, welche Münzen oder Geldscheine sie erhalten hat. Bei Bachmann lässt sich die Oberfläche mit einem Klick von Euro auf Schweizer Franken umstellen.



Die Bedienoberfläche der Kasse ist nach den Vorgaben des Bäckers konfigurierbar. Zahlt ein registrierter Kunde mit Karte, kann ihn die Verkäuferin namentlich verabschieden.



Anzeige der letzten Belege. Das Besondere am System ist, dass die Kassen permanent die Daten an die Zentrale melden. Auch bei einem Hardwaredefekt gehen also keine Informationen verloren.

Bindung der Stammkunden. Die Auswechslung des kompletten Kassensystems zeigt, welche Bedeutung man im Hause Bachmann dem Projekt Kundenkarte einräumt. Matthias Bachmann ist davon überzeugt, dass die Bindung der Stammkunden strategische Priorität besitzen muss. Für die treuen Kunden gab es auch bei Bachmann schon vorher die allgemein bekannten Stempelkarten. Der Aufwand, den diese Karten in der Nachbearbeitung erforderten, war aber unverhältnismäßig geworden. Außerdem haben die elektronischen Kundenkarten den Vorteil, das Problem des Mitarbeiterdiebstahls praktisch auszuschalten. Langfristiges (und ehrgeiziges) Ziel bei Bachmann ist, dass 20 Prozent aller Einkäufe mit der Karte bezahlt werden. Schon heute steht man bei fünf Prozent. Erreicht hat man diesen Wert durch eine massive Einführungskampagne. Unter anderem verteilte Bachmann über die regionale Presse Gutscheine. Die Karten sind dabei für den Kunden grundsätzlich kostenlos. Wenn der Kunde es wünscht, kann er die Karte auch anonym aufladen. Die meisten lassen sich aber als Kunden registrieren. Bei einem Verlust der Karte bekommen sie von Bachmann kostenlos Ersatz, bereits geladene Beträge bleiben erhalten. Wird eine Karte gestohlen, kann sie gesperrt werden. Um das Aufladen der Karten attraktiv zu halten, arbeitet Bachmann zurzeit mit zwei Systemen: Erstens erhalten die Kunden je nach der Summe, mit der sie die Karte laden, einen Mehrwert. Der beläuft sich bei 100 Franken auf ein Prozent, bei 400 Franken auf vier Prozent. Eine Karte

muss mit mindestens 20 Franken aufgeladen werden. Zweitens profitieren Kartenkunden von verschiedenen Rabattsätzen. Die belaufen sich bei Kaffeegetränken beispielsweise auf sechs Prozent, bei Salaten auf zwei Prozent. Dazu kommen Rabatte auf Aktionsprodukte, wie aktuell vier Prozent Rabatt auf das Füllig-Brot. Registrierte Kunden, die es wünschen, werden von Bachmann außerdem regelmäßig über seinen E-Mail Newsletter informiert. Die Karten ermöglichen außerdem Kundenbindungsmaßnahmen, die über einen einfachen Rabatt hinaus gehen. Die Verkäuferin sieht beim Kassieren den Namen des Kunden, kann ihn also namentlich verabschieden.

Angenehme Nebeneffekte. Zu jeder Cash Assist-Kasse gehört ein großes Kundendisplay. Das nutzt Bachmann natürlich nicht nur, um schöne Informationen wie den zu zahlenden Betrag oder Inhaltsstoffe anzuzeigen. Die meiste Zeit läuft hier die farbenfrohe Werbung für die Produkte des Unternehmens. Alles zentral gesteuert und auf Knopfdruck aus der Zentrale jederzeit zu verändern. Dass die komplette Hardware jetzt aus einer Hand kommt, hat aber noch einen weiteren Vorteil: An den Kassen sieht man kein unschönes Kabelgewirr mehr. Ein Netzteil reicht für Kasse, Drucker, Bildschirm und Kreditkartenterminal. In der Confiserie wird ein ansehnlicher Teil der Artikel mit Kreditkarte bezahlt. Durch den direkten Anschluss des Terminals an die Kasse sind Fehlbedienungen ausgeschlossen. Vor-

her hatte es immer zusätzliche Arbeit für die Buchhaltung gegeben. Bachmann hat inzwischen auch weitere Teile der Betriebs-EDV auf Software von HS-Soft umgestellt. Dazu gehören die Warenwirtschaft Faktura Assist sowie die Rezeptur-Verwaltung Rezept Assist. Mit der Kundenkarte sind inzwischen auch die Bachmann-Mitarbeiter ausgestattet, dank Multifunktionalität findet die bei ihnen aber nicht nur zur Berechnung des Mitarbeiterabatts Verwendung. Die Karte dient in der Produktion auch zur Zeiterfassung sowie als Eintrittskarte. Was die Leistungsfähigkeit der Kassensoftware angeht, liegt die nach Bachmanns Beobachtung auf dem Niveau der guten Wettbewerber. So ist er durch den ständigen Datenabgleich immer über die Verkäufe in den Geschäften informiert. Die Verkäuferinnen können vor Ladenschluss die Retouren eingeben. Artikel, die noch verkauft werden, werden wieder aus dem Retourenbestand genommen – das spart am Abend Zeit und damit Personalkosten. Vor allem spart das System aber die Zeit des Unternehmers, da er von vielen Routinearbeiten entlastet wird. Bachmann wird das nutzen, um sich noch viele Aktionen rund um seine Kundenkarte einfallen zu lassen. Schließlich gibt es ja das ehrgeizige Ziel, dass 20 Prozent des Zahlungsverkehrs über die Karte laufen sollen.

Dirk Waclawek

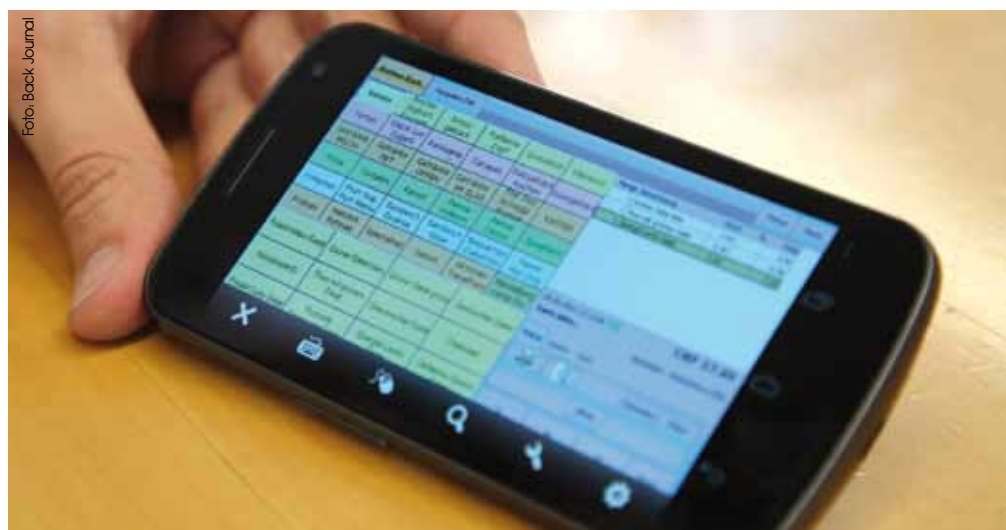
IN KÜRZE

Confiseur Bachmann AG
Schwanenplatz 7
CH - 6002 Luzern

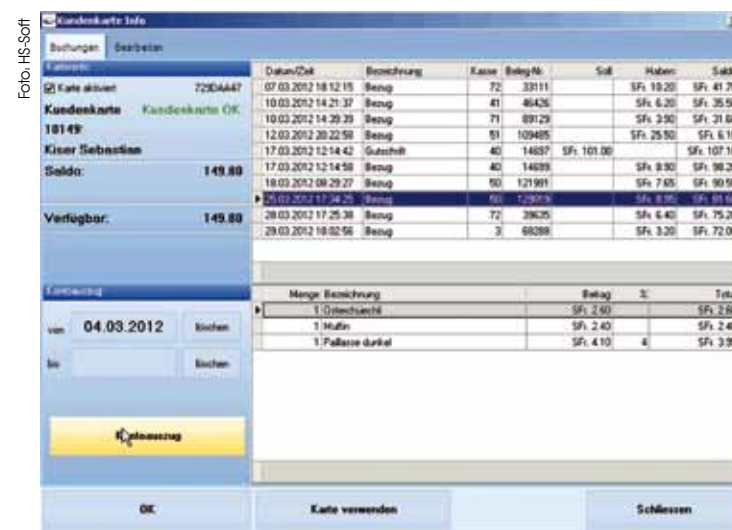
Tel.: + 41 41 227 70-70
Fax: + 41 41 227 70-71
Internet: www.confiserie.ch

Gegründet: vor 1900, in Luzern seit 1931
Fachgeschäfte: 14
Mitarbeiter gesamt: 320
davon Auszubildende: 50
Produktion: 130
Verkauf: 150
Verwaltung: 22
Fahrer: 15

Radius des Filialnetzes: 30 Kilometer
Beginn / Ende der Produktion: 2 Uhr / 15:30 Uhr
Zahl der Touren: 3 bis 8, je nach Fachgeschäft



Erleichterung für den EDV-Wart der Bäckerei: Per Smartphone kann er sich in jede Kasse einwählen und so bei Nachfragen den Verkäuferinnen schnell helfen.



Informationen zur Kundenkarte werden angezeigt. Bei registrierten Kunden liefert Bachmann bei Verlust der Karte eine Ersatzkarte mit dem korrekten Bestand.