LU07a - Feldstudie "Einkaufserlebnis"

Ausgangslage

In unserer Gesellschaft gibt es viele Bereiche, in denen Optimierungen sichtbar sind. Was eigentlich „Optimierung“ heisst, scheinen wir alle zu wissen. Schwieriger wird es aber diese Optimierung anzuwenden.

Die nachfolgende Aufzählung zeigt den allgemeinen Ablauf einer solchen „Prozessoptimierung“:

1. Der zu optimierende Prozess wird mit seinem IST-Zustand erfasst. D.h. die relevanten Prozesse werden identifiziert und zeitlich erfasst.
2. Die Prozesse werden auf Ihre Optimierungspotential analysiert. Beispielsweise werden diese auf Ihre Legitimität analysiert und in eine sinnvolle Reihenfolge gebracht.
3. Die einzelnen Schritte werden zeitlich optimiert.

Unterschiedliche Einkaufsprozesse

Die beiden grossen Schweizer Detailhändler MIGROS und COOP haben verschieden Ansätze, um den Prozess des Kassierens zu optimieren.

- Beim klassischen Prozess legt der Kunde seine Waren auf ein Laufband und ein Kassier scannt die Artikel.
- Beim **self-checkout** geht der Kunde an eine Selbstbedienungskasse und scannt die Artikel in seinem Einkaufswagen selber.
- Beim **self-scanning** nimmt sich der Kunde beim Eingang einen Handscanner. Er scannt die Artikel bevor er sie in den Einkaufswagen legt. Am Ende des Einkaufs muss er nur noch bezahlen.
  Diesen Einkaufsprozess heisst „Subito“ (Migros) bzw. „Passabene“ (Coop).

Arbeitsauftrag

Analysieren Sie die Einkaufsvarianten mit Handscanner (Passbene/Coop oder Subito/Migros) und die klassische Einkaufserfahrung. Gehen Sie also zum Grossverteiler und testen beide Varianten aus, messen die Zeiten und notieren sich die nötigen Arbeitsschritte, Funktionen und In- und Outputs.

In Ihrem dreiteiligen Video präsentieren Sie das „klassische Einkaufserlebnis“ (Teil 1), mit dem „Passabene/Subito System“ (Teil 2). Präsentieren Sie für beide Teile das Vorgehen und die EPK dazu. Erstellen Sie nun einen Vergleich (Teil 3) dieser zwei Systeme und gehen Sie dabei auf Vorteile, Nachteile, nötigen Arbeitsschritte, Funktionen und In- und Outputs ein.

Bereiten Sie Ihre Präsentation als eine Video-Präsentation vor.

Rahmenbedingungen

Analyse

- Die Auswahl des Grossverteilers zwischen MIGROS und COOP ist dem TEAM überlassen.
- Damit der Prozess vergleichbar wird, braucht es einheitlich Grundwerte. Im Warenkorb müssen daher 10 (Single-Haushalt) oder 50 (Familie) Produkte sein.
- Von jedem Produkt darf immer nur ein Stück genommen werden.
- Aus jedem Regal dürfen maximal zwei unterschiedlichen Produkte genommen werden.
- Der Prozess beginnt mit dem Betreten und endet mit dem Verlassen des Einkaufsladens durch den Haupteingang.

From:
https://wiki.bzz.ch/ - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:
https://wiki.bzz.ch/de/modul/m254_v2025/learningunits/lu07/ausgangslage?rev=1740386962

Last update: **2025/02/24 09:49**