



(12) **Offenlegungsschrift**

(21) Aktenzeichen: **10 2017 107 086.9**

(22) Anmeldetag: **03.04.2017**

(43) Offenlegungstag: **04.10.2018**

(51) Int Cl.: **G06Q 30/02 (2012.01)**
G06F 19/00 (2018.01)

(71) Anmelder:
Advanced Digital Solutions Ltd., Msida, MT

(74) Vertreter:
**Weickmann & Weickmann Patent- und
Rechtsanwälte PartmbB, 81679 München, DE**

(72) Erfinder:
**Nimbach, Martin, Lucca, IT; Henkel, Cornelia,
Msida, MT**

(56) Ermittelter Stand der Technik:

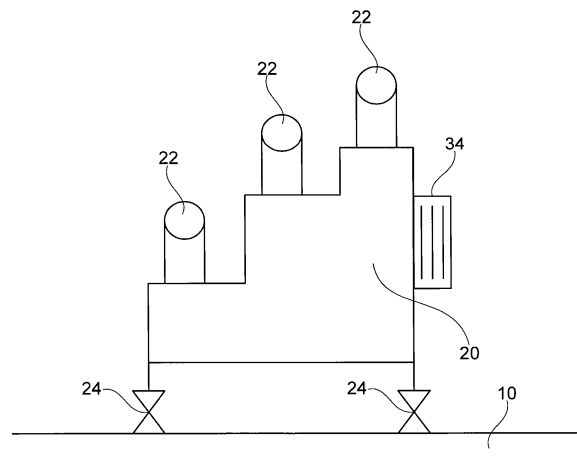
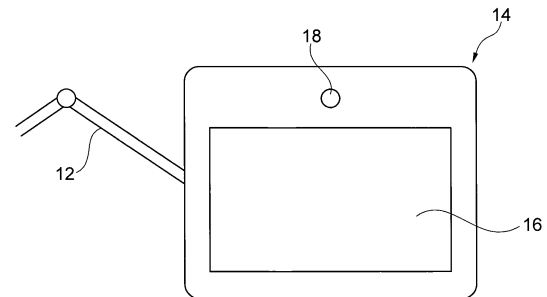
DE	10 2011 002 029	A1
DE	10 2012 111 303	A1
DE	10 2014 204 530	A1
DE	10 2015 216 143	A1
DE	600 28 088	T2
WO	2009/ 062 330	A1

Prüfungsantrag gemäß § 44 PatG ist gestellt.

Die folgenden Angaben sind den vom Anmelder eingereichten Unterlagen entnommen.

(54) Bezeichnung: **Verkaufshilfsmittel für den Einzelhandel**

(57) Zusammenfassung: Verkaufshilfsmittel mit einer elektronischen digitalen Kamera, die das Gesicht des Kunden erfasst und mittels eines an die Kamera angeschlossenen Rechners Gesichtsm Merkmale des Kunden erkennt und auswertet und einer Anzeigevorrichtung, die an den Rechner angeschlossen ist und der Rechner dazu eingerichtet ist, anhand der vom Rechner erkannten Gesichtsm Merkmale des Kunden für diesen ausgewählte Werbebotschaften an die Anzeigevorrichtung zu übermitteln sowie Verfahren zur Übermittlung von Informationen und Angeboten an einen Kunden mit diesen Merkmalen.



Beschreibung

[0001] Die vorliegende Erfindung betrifft ein Verkaufshilfsmittel für den Einzelhandel.

[0002] Im Einzelhandel wurde bisher Werbung üblicherweise statisch und für alle Kunden gleich gezeigt. Es hat sich aber erwiesen, dass Werbung wesentlich wirksamer ist, wenn sie möglichst individuell auf den Kunden abgestimmt ist.

[0003] Es ist daher Aufgabe der vorliegenden Erfindung, ein Verkaufshilfsmittel für den Einzelhandel zu schaffen, welches es erlaubt, dem jeweiligen Kunden möglichst individuell angepasste, beispielsweise geschlechtsspezifische und altersgruppenrelevante Inhalte zuzuspielen, die vorteilhaftweise auch noch mit weiteren Parametern spezifiziert werden können, beispielsweise abhängig von der Wetterlage oder der Stimmung des Konsumenten.

[0004] Erfindungsgemäß wird diese Aufgabe dadurch gelöst, dass das Verkaufshilfsmittel eine elektronische digitale Kamera umfasst, die das Gesicht des Kunden erfasst und mittels eines an die Kamera angeschlossenen Rechners Gesichtsmerkmale des Kunden erkennt und auswertet und weiter eine Anzeigevorrichtung umfasst, die an den Rechner angeschlossen ist und der Rechner dazu eingerichtet ist, anhand der vom Rechner erkannten Gesichtsmerkmale des Kunden für diesen ausgewählte Werbebotschaften an die Anzeigevorrichtung zu übermitteln.

[0005] Im Hinblick auf die datenschutzrechtliche Problematik ist es bevorzugt, als Gesichtsmerkmale anonyme Gesichtsmerkmale, zumindest Geschlecht und Alter, auszuwerten. Alternativ könnten auch Merkmale wie Stimmung oder bestimmte Krankheitsanzeichen des Kunden ausgewertet werden.

[0006] Um noch weiter an die jeweilige Situation speziell angepasste Werbebotschaften übermitteln zu können, können an dem Rechner des Verkaufshilfsmittels Wettersensoren angeschlossen sein und der Rechner kann dazu eingerichtet sein, bei der Auswahl der Werbebotschaften auch die von den Wettersensoren ermittelten Wetterdaten zu berücksichtigen. Alternativ können solche Wetterdaten von dem Rechner auch aus dem Internet abgerufen werden.

[0007] Kamera und Anzeigevorrichtungen können dabei in eine Verkaufstheke, Produktständer oder einen Verkaufstisch integriert sein. Sie können aber auch an anderer Stelle im Laden im Blickbereich des Kunden montiert sein.

[0008] Als ideale Hardware für das erfindungsgemäße Verkaufshilfsmittel bietet sich ein Tablet-PC an, der bereits serienmäßig Anzeigevorrichtung, Kamera und Rechner integriert.

[0009] Weiter kann vorzugsweise ein Verkaufsaufsteller für Waren im Erkennungsbereich der Kamera angeordnet sein und der Rechner dazu eingerichtet sein, anhand der von der Kamera erkannten Bilder zu ermitteln, zu welcher Ware der Kunde greift.

[0010] Alternativ können auch solche Verkaufsaufsteller für Waren Verwendung finden, die mit Gewichtsmessvorrichtungen an ihren Beinen versehen sind, die mit dem Rechner verbunden sind, wobei der Rechner dann so eingerichtet sein kann, dass er anhand der von den Gewichtsmessvorrichtungen gelieferten Daten zu ermitteln in der Lage ist, welche Ware der Kunde nimmt. Diesbezüglich kann einfach anhand des Gewichts die Art der Ware ermittelt werden, andererseits besteht aber auch die Möglichkeit, wenn alle Beine des Verkaufsaufstellers mit entsprechenden Gewichtsmessvorrichtungen versehen sind, anhand der einzelnen Werte über die Gewichtsänderung zu triangulieren, von welcher Stelle aus dem Verkaufsaufsteller der Kunde die Ware wegnimmt. Dies ermöglicht Erkenntnisse bezüglich verschiedener Warengruppen, deren Kundenprofile sowie der optimalen Platzierung der verschiedenen Warengruppen.

[0011] Als diesbezügliche Gesichtsmaßvorrichtungen bieten sich Dehnungsmeßstreifen an, die an jedem Bein eines Verkaufsaufstellers angebracht werden können.

[0012] Mittels der erfindungsgemäßen Verkaufshilfsmittel kann auch noch eine kundenspezifische Raumbeduftung ermöglicht werden, indem der Verkaufsaufsteller mit einem Duftspender für verschiedene Düfte versehen ist, und der Duftspender mit dem Rechner verbunden ist, wobei der Rechner dazu eingerichtet ist, anhand der erkannten Gesichtsmerkmale des Kunden sowie anderer externer Faktoren, wie z.B. Wochentag, Uhrzeit und aktuelle Wetterlage, einen für den Kunden besonderes geeigneten Duft auszuwählen.

[0013] Sofern das entsprechende Geschäft über ein Kundenkartensystem verfügt, und der Kunde somit in eine Deanonymisierung seiner Daten eingewilligt hat, kann der Rechner des erfindungsgemäßen Verkaufshilfsmittels vorzugsweise dergestalt eingerichtet sein, dass er anhand der erkannten Gesichtsmerkmale entsprechende Kundenkartenbesitzer erkennt und für diese Kundenkartenbesitzer individualisierte Informationen und Angebote auf die Anzeigevorrichtung überträgt.

[0014] Weiter umfasst die vorliegende Erfindung auch einen für die vorliegende Erfindung besonders geeigneten Verkaufsaufsteller, an dessen Beinen Gewichtsmessvorrichtungen angebracht sind, die Daten liefern, aus denen ermittelt werden kann, welche Ware der Kunde nimmt bzw. für welche Ware

sich der Kunde interessiert, sie letztendlich aber wieder zurück stellt.

[0015] Die Aufgabe der vorliegenden Erfindung wird darüber hinaus auch durch ein Verfahren zur Übermittlung von Informationen und Angeboten an einen Kunden eines Einzelhändlers oder einer Apotheke gelöst, welches die folgenden Schritte umfasst:

- Erfassen von Gesichtsmerkmalen des Kunden
- Auswerten der erfassten Gesichtsmarkmale hinsichtlich von Eigenschaften des Kunden wie Alter und Geschlecht des Kunden
- Auswählen und Übermitteln von auf diese Eigenschaften des Kunden individuell abgestimmten Informationen und Angeboten an den Kunden.

[0016] Dabei es ist Erfindungsgemäß besonders bevorzugt, wenn bei der Auswahl der an den Kunden zu übermitteln Informationen und Angeboten zusätzlich Wetter, Tages- und Jahreszeit berücksichtigt wird.

[0017] Die vorliegende Erfindung wird im Folgenden anhand des in den Zeichnungen dargestellten Ausführungsbeispiels näher erläutert. Es zeigt:

Fig. 1 eine erfindungsgemäß ausgestattete Verkaufstheke; und

Fig. 2 ein Blockschaltbild für ein erfindungsgemäßes Verkaufshilfsmittel.

[0018] **Fig. 1** zeigt eine Verkaufstheke oder einen Verkaufstisch **10**, an dem im Sichtbereich der Kunden, beispielsweise an einem Gelenkarm **12** ein Tablet-PC **14** angeordnet ist. Dieser weist wie üblich eine Anzeigefläche **16** in Form eines üblichen Flachbildschirm-Displays auf. Darüber ist eine elektronische digitale Kamera **18** angeordnet. Solche Tablet-PCs sind handelsüblich. Zusätzlich kann auf dem Verkaufstisch oder der Verkaufstheke ein Aufsteller **20** aufgestellt sein, mit dem den Kunden Waren **22** präsentiert werden.

[0019] Die Beine des Aufstellers sind vorteilhafterweise mit Gewichtssensoren **24** versehen, die dazu dienen, anhand der Gewichtsveränderung des Aufstellers **20** festzustellen, welche Ware der Kunde gerade entnimmt. Gegebenenfalls kann durch Vergleich der Gewichtsveränderungen der an den einzelnen Beinen angebrachten Gewichtssensoren sogar mittels Triangulation festgestellt werden, von welcher Stelle des Aufstellers genau der Kunde eine Ware entnommen hat. Die diesbezügliche Information kann sehr nützlich sein, um daraus Informationen hinsichtlich der optimalen Positionierung der jeweiligen Warengruppe zum Verkauf abzuleiten. Als Gewichtssensoren **24** finden vorzugsweise Dehnungsmesstreifen Verwendung.

[0020] **Fig. 2** zeigt ein funktionelles Blockschaltbild des Datenflusses in dem Tablet-PC **14**. Dieses umfasst wie üblich eine Recheneinheit (CPU) **26**, die Daten von der Kamera **18** erhält und mittels eines in der CPU **26** laufenden Gesichtserkennungsprogrammes auswählt, welche Daten, beispielsweise Informationen oder Werbespots auf der Anzeigefläche **16** des Tablet-PCs angezeigt werden. Zusätzlich kann die CPU **26** zur Auswahl der optimal geeigneten Informationen und Werbebotschaften Wetterdaten von Wettersensoren **28** oder aus dem Internet **30** auswerten.

[0021] Darüber hinaus können die Werbebotschaften natürlich noch anhand der Tages- und Jahreszeit (Saison) ausgewählt werden.

[0022] Gleichzeitig kann die CPU mit einem Kassensystem **32** verbunden sein, um von dort eine Rückmeldung zu bekommen, wenn der Kunde auf Grund der zugespielten Werbung eine bestimmte Ware gekauft hat. Auf diese Weise kann das System selbstlernend ausgestaltet werden. Ergänzend dazu kann auch eine Datenverbindung mit den an dem Aufsteller **20** angebrachten Gewichtssensoren **22** bestehen, anhand derer eine wesentlich direktere Rückmeldung über diejenigen Waren **22** erreicht werden, die der Kunde gerade in die Hand nimmt.

[0023] Diesbezüglich kann darüber hinaus auch mittels der Kamera **18** gegebenenfalls die Blickrichtung des Kunden ausgewertet werden.

[0024] Schließlich besteht auch noch die Möglichkeit, beispielsweise an dem Aufsteller **20**, alternativ aber auch an einer beliebigen anderen geeigneten Stelle, eine Raumbefüchtungsvorrichtung **34** vorzusehen, die ebenfalls von der CPU **26** gesteuert, abhängig von den erkannten Gesichtsmerkmalen des Kunden bzw. der lokalen Wetterlage, unterschiedliche Düfte zur Befüchtung des Raums freisetzen kann.

[0025] Die vorliegende Erfindung wurde im Vorstehenden anhand einer Ausführungsform beschrieben, die besonders für den Einsatz in Apotheken geeignet ist. Die vorliegende Erfindung ist aber hierauf nicht beschränkt. Vielmehr kann die Erfindung in allen möglichen Einzelhandelsgeschäften, bei denen eine Ausgabe von Ware an den Kunden erfolgt, sinnvoll eingesetzt werden. Der Kunde langweilt sich nämlich während beispielsweise der Apotheker das bestellte Medikament heraussucht. Dieser Zeitraum kann für die Übermittlung von Informationen oder Werbebotschaften an den Kunden vorteilhaft genutzt werden. Die gleichen Vorteile lassen sich beispielsweise auch in anderen Einzelhandelsbranchen wie beispielsweise in Supermärkten, in Kaufhäusern, in Duty-Free Geschäften sowie in Friseur-Salons nutzen.

[0026] Die vorliegende Erfindung kann beispielsweise auch dadurch weiter verbessert werden, dass an

dem Platz vor der Verkaufstheke, an dem der Kunde üblicherweise steht eine Gewichtsmessvorrichtung angebracht ist, durch die das Gewicht des Kunden erfasst wird. Dieses kann als weiteres Merkmal zu Auswahl der Informationen und Angebote herangezogen werden, oder es kann anhand des so bestimmten Gewichts und der Kamerabilder, aus denen sich die Größe des Kunden ableiten lässt, der Body-mass-Index berechnet werden, und anhand dessen besondere Informationen oder Angebote ausgewählt werden.

[0027] Die erfindungsgemäße Vorrichtung funktioniert dabei folgendermaßen:

[0028] Die Kamera **18** nimmt Gesichtsmkmale des Kunden auf. Die CPU **26** wertet dabei die Gesichtsmkmale des Kunden aus. Aus datenschutzrechtlichen Gründen ist eine anonyme Auswertung vorzuziehen, bei der das Ergebnis lediglich die Feststellung des Geschlechtes und der Altersgruppe des Kunden ist. Zusätzlich können beispielsweise auch noch die Stimmungslage des Kunden und/oder Krankheitsmerkmale (insbesondere in der Apotheke - beispielsweise rote Nase vom Schnupfen oder erhöhte Temperatur bei Erkältung) festgestellt und zur Auswahl geeigneter Werbebotschaften herangezogen werden. Darüber hinaus kann die Auswahl der Werbebotschaft zusätzlich noch von den derzeit herrschenden Wetterverhältnissen anhand entweder der von den Wettersensoren **28** lokal gelieferten Daten oder von entsprechenden aus dem Internet **30** bezogenen Daten in die Auswahl der Informationen und Werbespots einfließen. Schließlich kann anhand des Feedbacks vom Aufsteller **20** und von dem Kassensystem **32** ein selbstlernender Algorithmus angesteuert werden, sodass der Rechner lernt, welche Kunden mit welchen Gesichtsmerkmalen vorzugsweise welche Waren erwerben und welche Kunden sich für welche Waren interessieren, diese aber letztendlich wieder zurück stellen.

[0029] Da immer mehr Geschäfte eine Raumbeduftung nutzen, können die gewonnenen Daten über die Merkmale des Kunden auch zu einer kundenspezifischen Raumbeduftung, zumindest in der näheren Umgebung des Verkaufstisches oder der Verkaufstheke **10** herangezogen werden. Es kann dann ein geeigneter Duftspender **34** von der CPU entsprechend angesteuert werden.

[0030] Verfügt das mit dem erfindungsgemäßen Verkaufsmittelhilfsmittel auszurüstende Geschäft auch über ein Kundenkartensystem, bei dem der Kunde durch den Erwerb der Kundenkarte in die Nutzung seiner Daten eingewilligt hat, so besteht auch die Möglichkeit, dass die CPU **26** den Kunden anhand der von der Kamera **18** wahrgenommenen Gesichtsmkmale individuell identifiziert, und für diesen Kundenkartenbesitzer spezifische individualisier-

te Informationen und Angebote auf der Anzeigevorrichtung **16** angezeigt werden.

[0031] Erfindungsgemäß kann man also die Wartezeit des Kunden, in der der Kunde sowieso auf die Auslieferung eines gekauften Gegenstandes wartet, beispielsweise in der Apotheke, im Supermarkt, im Kaufhaus oder im Duty-Free Geschäft, dazu nutzen, dem Kunden ganz spezifische Informationen oder Werbebotschaften anzubieten, die speziell auf sein Geschlecht, seine Altersgruppe, die herrschenden Wetterverhältnisse (oder die Stimmung des Tages) auf die Tages- und Jahreszeit sowie eventuell sogar auch auf die individuelle Stimmungslage und mögliche individuelle Krankheitsanzeichen abgestimmt sind. Eine derart personalisierte Werbung führt zu einer höheren Relevanz für den Kunden und dadurch zu einem wesentlich größeren Aufmerksamkeitspotential als eine standardisierte Werbung, die allen Kunden unabhängig von ihren speziellen persönlichen Merkmalen gezeigt wird.

[0032] Die Datenverarbeitung hinsichtlich der Gesichtserkennung, die einen hohen Bedarf an Rechnerressourcen erfordert, kann selbverständlich auch von dem lokalen Tablet-PC ins Internet bzw. in die „Cloud“ ausgelagert werden.

[0033] Ergänzend können auch Daten, wie beispielsweise Pollenflug, Fön und andere als „Biowetter“ bezeichnete Effekte bei der Auswahl der geeigneten Werbebotschaften, Informationen oder Produktempfehlungen herangezogen werden.

[0034] Bei Verwendung von Kundenkarten kann beispielsweise der Kunde gleich darauf hingewiesen werden, dass er regelmäßig bestimmte Medikamente braucht, und in absehbarer Zeit die nächste Lieferung erforderlich ist. Diese Erinnerungsfunktion beschränkt sich natürlich nicht auf Medikamente, sondern kann z.B. auch für Kosmetik- und Nahrungsergänzungsprodukte angewandt werden, die der Kunde bzw. die Kundin regelmäßig konsumiert.

[0035] Die Daten für die Empfehlungen oder Produktinformationen auf Grund der Gesichtsmkmale können für jede Apotheke speziell auf Grund des Kundenstammes und den Informationen aus früheren Käufen erstellt werden. Sodann kann das System auch durch ein neuronales Netzwerk „mitlernen“, sofern es entsprechende Rückmeldungen aus dem Kassensystem **32** oder von dem Aufsteller **20** erhält.

Patentansprüche

1. Verkaufshilfsmittel für den Einzelhandel **gekennzeichnet durch** eine elektronische digitale Kamera (18), die das Gesicht eines Kunden erfasst und mittels eines an die Kamera (18) angeschlossenen Rechners (14) Gesichtsmkmale des Kunden

erkennt und auswertet und eine Anzeigevorrichtung (16) die an den Rechner (14) angeschlossen ist und der Rechner (14) dazu eingerichtet ist, anhand der vom Rechner (14) erkannten Gesichtsmerkmale ausgewählte Werbebotschaften und/oder Angebote an die Anzeigevorrichtung (16) zu übermitteln.

2. Verkaufshilfsmittel nach Anspruch 1, **dadurch gekennzeichnet**, dass solche Gesichtsmerkmale erkannt und ausgewertet werden, die keinen Rückschluss auf bestimmte individuelle Personen erlauben (sogenannte anonyme Gesichtsmerkmale).

3. Verkaufshilfsmittel nach Anspruch 2, **dadurch gekennzeichnet**, dass die Gesichtsmerkmale zumindest auf Geschlecht und Alter hinweisen.

4. Verkaufshilfsmittel für den Einzelhandel **gekennzeichnet durch** eine elektronische digitale Kamera (18), die Bilddaten erfasst und diese mittels eines an die Kamera (18) angeschlossenen Rechners (14) auswertet und eine Anzeigevorrichtung (16), die an den Rechner (14) angeschlossen ist und wobei der Rechner (14) dazu eingerichtet ist, auf Basis der Auswertung der Bilddaten ausgewählte Werbebotschaften und/oder Angebote an die Anzeigevorrichtung (16) zu übermitteln.

5. Verkaufshilfsmittel nach einem der Ansprüche 1 bis 4, **dadurch gekennzeichnet**, dass an den Rechner (14) Wettersensoren (28) angeschlossen sind und der Rechner (14) dazu eingerichtet ist, bei der Auswahl der Werbebotschaften auch die von den Wettersensoren (28) ermittelten Wetterdaten zu berücksichtigen.

6. Verkaufshilfsmittel nach einem der Ansprüche 1 bis 4, **dadurch gekennzeichnet**, dass der Rechner (14) mit dem Internet (30) verbunden ist und dazu eingerichtet ist, vom Internet (30) Daten über das aktuelle Wetter zu beziehen, um diese bei der Auswahl der Werbebotschaften zu berücksichtigen.

7. Verkaufshilfsmittel nach einem der Ansprüche 1 bis 6, **dadurch gekennzeichnet**, dass sowohl Anzeigevorrichtung (16) als auch Kamera (18) in eine Verkaufstheke (10), einem Produktständer oder einem Verkaufstisch integriert sind.

8. Verkaufshilfsmittel nach einem der Ansprüche 1 bis 6, **dadurch gekennzeichnet**, dass Anzeigevorrichtung (16), Kamera (18) und Rechner (14) in einem Tablet-PC integriert sind.

9. Verkaufshilfsmittel nach einem der Ansprüche 1 bis 8, **dadurch gekennzeichnet**, dass wenigstens ein Regal oder/und wenigstens ein Verkaufsaufsteller (20) für Waren im Erkennungsbereich der Kamera (18) angeordnet sind und der Rechner (14) dazu eingerichtet ist, anhand der von der Kamera (18) erkann-

ten Bilder zu ermitteln, zu welcher Ware der Kunde greift.

10. Verkaufshilfsmittel nach einem der Ansprüche 1 bis 7, **dadurch gekennzeichnet**, dass wenigstens ein Regal oder/und wenigstens ein Verkaufsaufsteller (20) für Waren mit wenigstens einer Gewichtsmessvorrichtungen (24) ausgestaltet ist, die direkt oder indirekt durch das Gewicht der im Regal bzw. im Verkaufsaufsteller angeordneten Waren belastet wird und mit dem Rechner (14) verbunden ist und der Rechner (14) dazu eingerichtet ist, anhand der von der Gewichtsmessvorrichtung (24) gelieferten Daten zu ermitteln, welche Ware der Kunde nimmt bzw. für welche Waren sich der Kunde interessiert, sie aber letztendlich wieder zurück stellt.

11. Verkaufshilfsmittel nach Anspruch 9, **dadurch gekennzeichnet**, dass die Gewichtsmessvorrichtungen (24) zwischen Regalböden und einem Regalrahmen oder in einer Standbasis des Regalrahmens vorgesehen sind oder dass Beine des Verkaufsaufstellers mit Gewichtsmessvorrichtungen (24) versehen sind.

12. Verkaufshilfsmittel nach Anspruch 10 oder 11, **dadurch gekennzeichnet**, dass die Gewichtsmessvorrichtungen (24) Dehnungsmessstreifen sind, die an jedem Bein des Verkaufsaufstellers (20) angebracht sind.

13. Verkaufshilfsmittel nach einen der Ansprüche 10, 11 oder 12, **dadurch gekennzeichnet**, dass der Rechner (14) dazu eingerichtet ist, anhand der von den Gewichtsmessvorrichtungen (24) gelieferten Daten zu ermitteln, von welcher Stelle im Verkaufsaufsteller (20) der Kunde die Ware nimmt.

14. Verkaufshilfsmittel nach einen der Ansprüche 10 bis 13, **dadurch gekennzeichnet**, dass der Verkaufsaufsteller (20) mit einem Duftspender (34) für verschiedene Düfte versehen ist, und der Duftspender (34) mit dem Rechner (14) verbunden ist, wobei der Rechner dazu eingerichtet ist, anhand der erkannten Merkmale einen für den Kunden besonders geeigneten Duft auszuwählen.

15. Verkaufshilfsmittel nach einen der Anspruch 1 bis 3 und 5 bis 14, **dadurch gekennzeichnet**, dass bei einem Kundenkartensystem der Rechner (14) so eingerichtet ist, dass er anhand der erkannten Gesichtsmerkmale Besitzer von Kundenkarten erkennt und für diesen Kundenkartenbesitzer individualisierte Informationen und Angebote auf die Anzeigevorrichtung (16) überträgt.

16. Verkaufsaufsteller, insbesondere für ein Verkaufshilfsmittel nach einem der Ansprüche 1 bis 15, mit senkrechten Beinen und waagerechten Lagerflächen für die zu verkaufenden Waren, **dadurch ge-**

kennzeichnet, dass an den Beinen Gewichtsmessvorrichtungen (24) angebracht sind, die Daten liefern, aus denen ermittelt werden kann, welche Ware der Kunde nimmt bzw. für welche Waren sich der Kunde interessiert, sie letztendlich aber wieder zurückstellt.

17. Verfahren zur Übermittlung von Informationen und Angeboten an einen Kunden eines Einzelhandels oder einer Apotheke, **gekennzeichnet durch** die folgenden Schritte

- Erfassen von Bilddaten oder Gesichtsmerkmalen des Kunden
- Auswerten der erfassten Bilddaten oder Gesichtsmerkmale hinsichtlich von Eigenschaften des Kunden wie Alter und Geschlecht des Kunden
- Auswählen und Übermitteln von auf diese Eigenschaften des Kunden abgestimmten Informationen und Angeboten an den Kunden.

18. Verkaufshilfsmittel nach Anspruch 17, **dadurch gekennzeichnet**, dass bei der Auswahl der an den Kunden zu übermittelnden Informationen und Angeboten zusätzlich Wetter, Tages- und Jahreszeit berücksichtigt wird.

Es folgen 2 Seiten Zeichnungen

Anhängende Zeichnungen

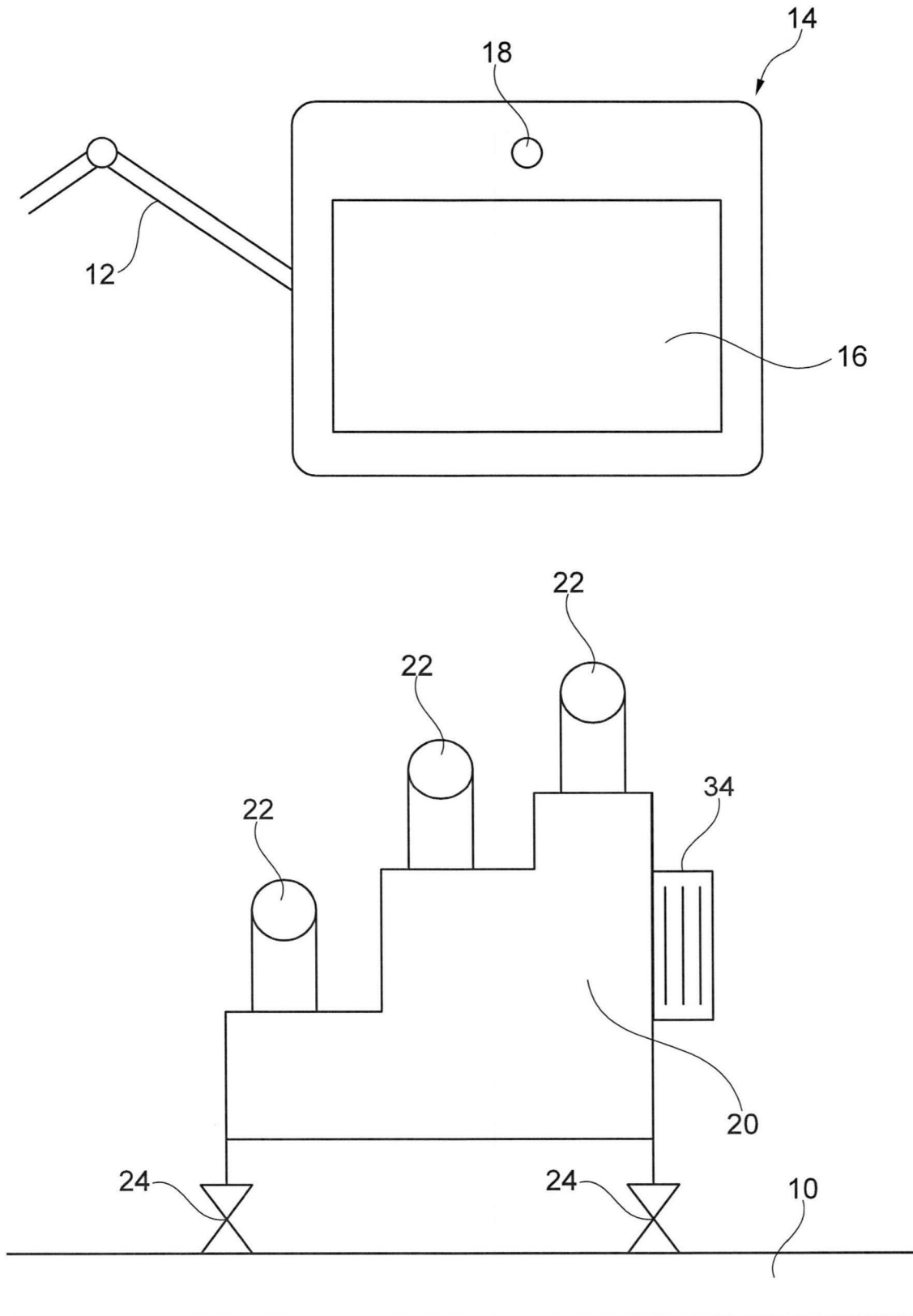


Fig. 1

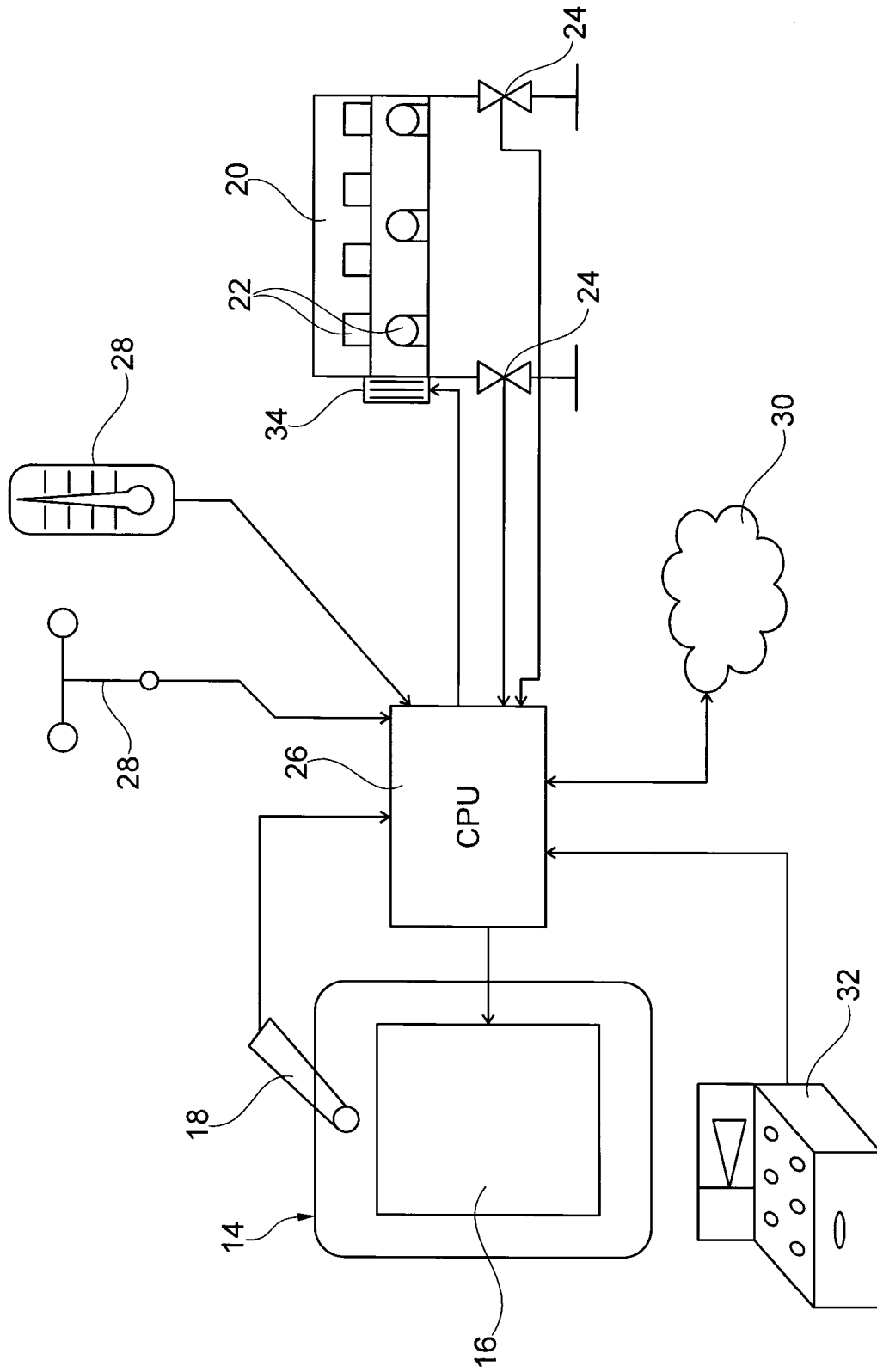


Fig. 2