

Wo Minuten zu Stunden werden

Kein Bereich beim Einkaufen ist so sensibel wie die Kassenzone, besonders im Lebensmittelhandel. Die Wartezeit vor der Kassa ist noch immer der springende Punkt.

ALICE RIENESL

Vor Kurzem in einem großen Bekleidungs-geschäft. Mehr als zehn Personen standen mit Kleidungsstücken bepackt in der Kassenschlange. Obwohl vier Kassen besetzt waren, ging scheinbar nichts weiter. Einer Kundin mit fünf Kleidungsstücken wurde es zu viel. Sie knallte die Ware verärgert in einen der Wühltische und marschierte wütend aus dem Geschäft. Im Supermarkt müssen die Kunden mehr Geduld aufbringen. Auf eine weitere Bluse kann man leicht verzichten, auf Lebensmittel nicht.

Strichcode als Quantensprung

Dann und wann wird es zwar schon vorgekommen sein, dass Kunden das volle Supermarkt-Wagerl am liebsten stehen gelassen hätten. Tatsächlich werden es aber nur wenige in die Tat umgesetzt haben. Die einzige Möglichkeit, um lange Wartezeiten zu vermeiden, ist das genaue Beobachten der anderen Wagerl-Beladungen vor dem Anstellen, das Rufen zwecks Öffnung einer weiteren Kassa („Zweite Kassa bitte!) und schnelles Reagieren, wenn wirklich eine zusätzliche Kassa geöffnet wird. Dabei hat sich mit der Einführung des Strichcodes viel verbessert. Der Strichcode war, das bestätigt Mag. Anton Salesny, Universitätsassistent an der WU-Wien am Institut für Handel & Marketing, der sich seit 2011 intensiv mit dem Thema Kassenzone beschäftigt, eine echte Innovation und ein wichtiger Schritt für die Automatisierung im Handel. In Österreich wagte sich die Supermarktkette Billa, damals noch im Eigentum von Karl Wlaschek, 1979 als erster in zwei Filialen an die neue Technik heran. Zu einer Zeit, in der der EAN-Code noch nicht weit verbreitet war, auch nicht unter den Lieferanten.

Hohe Barzahlungsrate

Doch erst im Jahr 1993 führte Billa flächendeckend die Scanner-Kassen, die mittlerweile selbst im kleinsten Lebensmittelgeschäft eine Selbstverständlichkeit sind, ein. Danach ist im Kassenzonen-Bereich lange nicht viel passiert. Einzig bei der Bezahlung gab es für Bankomatkarte und Kreditkarte neue technische Lösungen. Dieses Angebot brachte aber keine wesentliche Beschleunigung im LEH-Kassenbereich. Nach wie vor werden in Österreich maximal fünf Prozent der Einkäufe im LEH per Kreditkarte getätigt. Auch die Zahlung mit Pin (wie bei der Bankomatkarte), die weniger Zeit in Anspruch nimmt als jede Zahlung mit Unterschrift (wie bei der Kreditkarte), ist bis dato kein Allheilmittel gegen nervige Warteschlangen. Der Großteil der heimischen Lebensmittel-Einkäufe wird immer noch bar abgewickelt – vor allem die kleineren Einkäufe. Hier lag die Barzahlungsrate in den letzten Jahren noch bei rund 80 %.

Mobile-Scanning & Self-Checkout

Etwas Bewegung kam in die Sache, als Billa (da schon Teil der Rewe-Group) 2000 eine Testfiliale in Purkersdorf (NÖ) eröffnete. Neben sprechenden Einkaufswagen und digitalen Preisschildern gab es zum ersten



thinkstock

Mal in Österreich Self-Scanning-Möglichkeiten. Wer mit dem knallgelben Handscanner seinen Einkauf selbst erfasste, bekam sogar fünf Prozent Rabatt auf seinen Einkauf. Dadurch erhoffte sich die Supermarktkette eine größere Akzeptanz und in Folge kürzere Warteschlangen an den Kassen. Eingeschlagen hat das Angebot damals aber trotzdem nicht. Denn das selbstständige Scannen der Ware war gewöhnungsbedürftig. Heutzutage setzen jedoch vermehrt Lebensmittel-einzelhändler in der Schweiz (z. B. Migros), aber auch in Deutschland (z. B. Globus) auf das sogenannte Mobil-Scanning. Der wesentliche Vorteil dabei ist, vor allem bei großen Einkäufen, dass nicht nur die Wartezeit an der Kasse vermieden wird, sondern auch das stressige Aus- und Einpacken an der Kassa wegfällt. Das bringt gerade für Familien und ältere Personen mehr Komfort und somit mehr Entspannung beim Einkaufen. Bei den Self-Checkout-Kassen wird die Ware hingegen erst bei der Kassa eingescannt. So werden zwar mehr Kassen bereitgestellt, Wartezeiten zu Spitzenzeiten können aber trotzdem entstehen, vor allem bei großen Einkäufen. Dazu kommt, dass Kunden den Scan- und Bezahlungsablauf alleine nicht schneller abwickeln können, als ein Supermarkt-Mitarbeiter. Salesny sieht daher sowohl im Mobil-Scanning-System als auch in den Self-Scanning-Kassen nur eine zusätzliche Alternative.

Alternative, kein Ersatz

Gut angenommen werden die kleinen Self-Checkout-Kassen beispielsweise bei Spar am Gelände der WU-Wien, wo vorrangig die Studenten einkaufen. Auch dort stellen sich trotz kleiner Einkaufsmenge noch erstaunlich viele Jugendliche bei den Kassen mit Bedienung an. Im August 2015 startete Billa in Wien und Graz mit Self-Checkout-Einheiten, Ende 2016 wurden 45 Merkur-Märkte mit sogenannten „Kassomaten“, bei denen sogar mit Bargeld bezahlt werden kann, ausgestattet. Ihre Nutzungsrate soll von Anfang an mehr als 30 % ausgemacht haben. Ganze 80 % der befragten Kunden gaben in einer Studie des Instituts für Handel und Marketing an der WU-Wien an, dass vor allem die Schnelligkeit und der Wegfall der langen Wartezeit ausschlaggebend für die Benutzung sind. Dennoch ist Salesny davon überzeugt, dass die Benutzung kein Zwang sein darf, spricht neben den Self-

Checkout-Kassen auch immer bemannte Kassen zur Verfügung stehen sollten. Denn: „Menschen wollen von Menschen kaufen“, wie Prof. Dr. Peter Schnedlitz, Vorstand des Instituts für Handel und Marketing, immer wieder betont.

Smartphone als persönliche Kassa

Eine weitere Alternative gegen den Warte-frust sind die Lebensmittel-Onlineshops samt Lieferservice. Sie fassen aber nur langsam Fuß. Denn Lebensmittel sind, wie schon erwähnt, keine Bluse. Zwar steigt das Online-Angebot im LEH, trotzdem ist es derzeit nur ein Zusatz-Service, das den Supermarktketten zwar Marktanteile, aber keine Gewinne beschert. Einen völlig neuen Ansatz verfolgt hingegen Amazon. Der Online-Riese testet in Seattle (USA) den ersten Amazon-Go-Supermarkt, der gänzlich ohne Kassen auskommen soll. Der gesamte Einkauf wird mittels Amazon-Go-App per Handy abgewickelt, von der Warenregistrierung und Verbuchung bis zur Bezahlung. Inwiefern das wirklich funktioniert und das eine Option für Europa bzw. Österreich ist, wird sich erst weisen. Natürlich ist diese Art des kontaktlosen Bezahls die schnellste Variante, der Abschied vom geliebten Bargeld und nachvollziehbare Datenschutzbedenken könnten aber gewaltige Hürden sein – zumindest für die nächsten Jahre. Sind diese Hürden genommen, steht vielleicht auch einem virtuellen Supermarkt in den Wiener U-Bahn-Stationen nichts mehr im Weg, so wie in Seoul (Südkorea). Dort hat Tesco schon vor vielen Jahren in den U-Bahn-Stationen Supermärkte ohne Laden getestet, mit Lebensmitteln in virtuellen Einkaufsregalen, deren QR-Code die Kunden mit dem Smartphone fotografierten und so den digitalen Einkaufskorb befüllten. Nach der Bezahlung erfolgte dann die Lieferung direkt nach Hause. Wer weiß, vielleicht wissen schon unsere Kindsinder nicht mehr, was eine Kassa ist. So wie schon jetzt, für fast alle Kinder, ein altes Telefon mit Wählscheibe ein undefinierbares Ding ist.



Roman Reiter, WU Wien

**Mag. Anton Salesny,
Universitätsassistent
an der WU-Wien am
Institut für Handel &
Marketing**



Editorial

Adieu

Mit dieser Ausgabe der HANDELSZEITUNG möchten wir uns von Ihnen verabschieden. Die Fachzeitung für den Lebensmittelhandel und Konsumgüter, die seit 1971 die Branche begleitet hat, schlägt die letzte Seite zu – und zwar für immer. Im Internet unter www.handelszeitung.at wird es weiterhin Informationen für Sie geben. Von den vergangenen 46 Jahren durfte ich 19 Jahre mit an Bord sein, seit dem Jahr 2001 auch als Chefredakteurin. Diese Zeit war ereignisreich: große Übernahmen und Wiederbelebungen von Marken. Es hat sich immer etwas getan, man könnte Bücher füllen. Mein Dank gilt all den Gesprächspartnern, die mir mit ihren Storys die Inhalte geliefert haben, aber auch allen lieb gewonnenen Kollegen. In den Hochzeiten der HANDELSZEITUNG (früher LK) haben wir tolle Projekte, wie den „Goldenen Merkur“, umgesetzt. In dieser letzten Ausgabe wollen wir Ihnen noch einmal ein Beispiel geben, wie man guten Fachjournalismus mithilfe von spannenden Themen betreibt. Das war immer unsere Intention. Danke, dass Sie uns gelesen haben, ich sage nun Adieu und wünsche Ihnen alles Gute!

Gabriele Jiresch
g.jiresch@wirtschaftsverlag.at

IMPRESSUM

UNABHÄNGIGE FACHZEITUNG
FÜR DEN LEBENSMITTELHANDEL

HERAUSGEBER, MEDIENINHABER, VERLEGER UND REDAKTION:
Österreichischer Wirtschaftsverlag GmbH, 1120 Wien,
Grünbergstraße 15, Tel. (01) 546 64-0, Fax (01) 546 64/DW 50461.
E-Mail: handelszeitung@wirtschaftsverlag.at
Internet: www.handelszeitung.at

GESCHÄFTSFÜHRUNG UND VERTRETUNGSBEFUGTE ORGANE:
Thomas Zembacher, Geschäftsführer; Pia Holzer, Prokuristin

REDAKTION (RED): Mag. Gabriele Jiresch (ELE) (Chefredakteurin),
DW 383; Alice Rienesl (AR) (Online-Redaktion), DW 362.
Redaktionelle Mitarbeit: Barbara Egger (BE).

ANZEIGEN: Rainer Wimmer (Verkaufsleitung), DW 240; Gerda Pokorny
(Anzeigen- und Medienberatung), DW 266; Nicole Hoffmann (Anzeigen-
und Medienberatung), Evelyn Proderutti (Service), DW 461, Fax:
DW 50461. E-Mail: handelszeitung@wirtschaftsverlag.at

ABONNEMENT: Aboservice Österreichischer Wirtschaftsverlag,
Tel. ++43/1/361 70 70-570, Fax ++43/1/361 70 70-9570,
E-Mail: aboservice@wirtschaftsverlag.at

Jahresbezugspreis: € 84,- inkl. MwSt.

Abonnements, die nicht einen Monat vor Ablauf des Bezugsjahres
storniert werden, laufen weiter.

ANZEIGENTARIF: Nr. 42, gültig ab 1. Jänner 2017.

ERSCHEINUNGSWEISE: 14-täglich.

HERSTELLER: Druckerei Ferdinand Berger & Söhne GmbH, Wiener
Straße 80, 3580 Horn

ONLINE-MARKETING:
E-Mail: onlinemarketing@wirtschaftsverlag.at

BANKVERBINDUNG: Bank Austria,
IBAN AT171100009523298900,
BIC BKAUATWW. DVR: 0368491. ISSN: 1816-2231



Beiträge rund um das Thema Nachhaltigkeit
finden Sie auf unserer Website
www.wirtschaftsverlag.at/CSR



Gemeinsam für weniger Müll: Wir verpacken unsere Zeitschrift nur dann
in (umweltverträgliche) Folie, wenn die Post es aufgrund von Beilagen
verlangt. Mehr erfahren: www.die-wirtschaft.at/CSR

DIE OFFENLEGUNG GEMÄSS § 25 MEDIENGESETZ IST UNTER
[HTTP://WWW.WIRTSCHAFTSVERLAG.AT/OFFENLEGUNG](http://WWW.WIRTSCHAFTSVERLAG.AT/OFFENLEGUNG) STÄNDIG
ABRUFBAR.