

Handel: Vor 75 Jahren wurde der Einkaufswagen erfunden / Mannheimer Professor Hennig erklärt die Finten, die uns zum Konsum verführen

# Unterschätztes Gestell auf Rollen

Von unserem Redaktionsmitglied  
Bettina Eschbacher

MANNHEIM. Für Verbraucher ist er ein praktisches Metallgestell auf Rollen, ein Teil unseres Alltags – der Einkaufswagen, der vor 75 Jahren erfunden wurde. Dass die scheinbar einfache Konstruktion sich in dieser Zeit zu einer raffinierten Trickkiste entwickelt hat, ist den meisten gar nicht bewusst. Für den Handelsexperten Alexander Hennig liegt es aber auf der Hand: So ziemlich alle Innovationen rund um den Einkaufswagen sollen uns dazu bringen, diesen möglichst vollzuladen.

## Der Trick mit der Schräge

Hennig ist Professor an der Dualen Hochschule in Mannheim und forscht unter anderem darüber, wie Kunden im Supermarkt manipuliert werden, möglichst viel zu kaufen. Und der Einkaufswagen hat sich, so ein Forschungsergebnis, zu einem ausgefeilten Instrument dieser Manipulationen entwickelt: „Dass Einkaufswagen schräg sind, hat zum Beispiel einen einfachen Grund“, weiß Hennig. Wird eine Flasche im vorderen Teil des Korbs abgestellt, rollt diese automatisch nach hinten und bewegt sich so aus dem Blickfeld des Wagenschiebers.

Der Effekt: „Der Wagen erscheint automatisch leer.“ Das reizt zum weiteren Befüllen. Auch der Zwischenboden für sperrige Objekte wie Bierkästen oder Windeln soll nicht nur den Komfort des Kunden erhöhen, sondern sorgt gleichzeitig dafür, dass im Wagenkorb mehr Platz für weitere Einkäufe bleibt.

Außerdem seien Supermärkte nicht unbedingt nur kinderfreundlich, wenn sie extra Wagen mit Sitz fürs Baby anbieten. „Der Handel vermeidet alles, was den Einkauf beschleunigt“, erklärt Hennig. Ein Kunde, der sein quengeliges Kind selbst durch den Markt schleppen müsste, hätte garantiert keinen Blick für unnötige Spontankäufe.



Wir greifen bei fast jedem Einkauf danach – der Einkaufswagen prägt unser Konsumverhalten und animiert zum üppigen Beladen. BILD: TV-YESTERDAY

Das niedliche kleine Einkaufswägelchen extra für den Nachwuchs verfolgt gleich mehrere konsumfördernde Ziele: „Ein Kind, das seinen eigenen Wagen schieben darf, fühlt sich aufgewertet.“ Es quengelt nicht und belädt ihn gerne mit seinen Lieblingsprodukten, die häufig mit den elterlichen Pflichteinkäufen auf dem Kassenschein landen. Hinzu komme der erzieherische Effekt: „Es führt das Kind an den Prozess der Selbstbedienung heran.“ Die Größe des rollenden Warentransporters spielt

ebenfalls eine wichtige Rolle, weiß Hennig: „Je größer der Wagen, desto mehr Druck, ihn zu füllen.“ Zu sperrig dürfe er aber auch nicht sein, das könnte die Kauflust wieder hemmen. Generell gilt: „Je größer der Markt, desto größer der Wagen.“ Die weltweit üppigsten Modelle gibt es natürlich im Land der Megamärkte und -verpackungen, den USA. Deutschlands Wagenumfang dürfte sich laut Recherchen des Mannheimer Professors im Mittelfeld bewegen. Die kleinsten Einkaufswagen finden sich in Japan, da es in dem dicht besiedelten Land wenig Platz für große Geschäfte gebe.

Angesichts vieler technischer Feinheiten unterziehen die Hersteller

wie in der Autoindustrie ihre Produkte immer wieder Tests, etwa um das Lenksystem oder die Fahrbarkeit auf verschiedenen Oberflächen zu überprüfen. Auch eine Art Elchtest für die sichere Kurvenlage ist dabei. „Nur einen Crashtest gibt es meines Wissens noch nicht.“

Am Rollensystem feilen die Hersteller nach Hennigs Erfahrung immer wieder, um ein möglichst bequemes Schieben bei voller Ladung zu garantieren. Es gebe sogar spezielle Rollen, bei denen der Wagen sich umso leichter schieben lässt, je schwerer er bepackt ist. Die Zukunft des Einkaufswagens liegt nach Hennigs Ansicht in der elektronischen Vernetzung. Künftig könnte es Wa-

## Siegeszug einer Erfindung

Der Einkaufswagen wird 1937 von dem US-Händler Sylvan Goldman erfunden. Seine Kunden sollen mehr kaufen, als sie tragen können.

Anfangs will niemand die Erfindung benutzen. Goldman muss Statisten engagieren, die mit gutem Beispiel vorangehen.

Mit dem Siegeszug der Selbstbedienungsmärkte in den USA werden Einkaufswagen immer beliebter. Schließlich verdient Goldman gutes Geld mit ihrer Herstellung.

Nach Deutschland kommt die Erfindung in den 1960er Jahren. Die Motorisierung ermöglicht große Supermärkte auf der grünen Wiese – der Einkaufswagen wird immer wichtiger.

Der Pfandchip, der zum Zurückbringen der 150 bis 200 Euro teuren Wagen animiert, konnte sich in Deutschland, aber nicht in den USA durchsetzen.

Größter Hersteller von Einkaufswagen ist nach eigenen Angaben die deutsche Firma Wanzl mit jährlich zwei Millionen Stück. be

gen mit Minicomputer geben, die zum Beispiel mit dem Smartphone des Kunden verbunden sind oder auf sein Einkaufsprofil zurückgreifen, um auf Lieblingsprodukte im Regal oder individuelle Rabatte hinzuweisen. „Das werden nicht alle Konsumenten wollen, ein Teil aber schon.“

Andere könnten direkt ins Internet abwandern. Hennig schätzt, dass bis 2020 bis zu 25 Prozent des Lebensmittelhandels online abgewickelt werden. Rewe zum Beispiel bietet diese Variante bereits an. Zu den erfolgreichen Vorreitern zählt die britische Supermarktkette Tesco. Die Bestellung wird meist in der nächsten Filiale abgewickelt. Auch für die Kommissionierung der bestellten Waren bedürfte es eines speziellen, computergesteuerten Wagenmodells, so Hennig.

„Der Einkaufswagen stirbt so schnell nicht“, ist er überzeugt. Überleben werde er in vielen Varianten – etwa auch als virtuelles Symbol bei der Online-Bestellung.

Schmierstoffe: Gerüchte über Verkauf in Saudi-Arabien

## Rätsel um Partner von Fuchs

MANNHEIM. Über den bevorstehenden Ausstieg eines Joint-Venture-Partners in Saudi-Arabien ist der Schmierstoffkonzern Fuchs Petroleum „offiziell nicht informiert“. Das sagte eine Sprecherin zu den Gerüchten, dass die saudi-arabische Alhamrani Group aus dem Gemeinschaftsunternehmen mit dem Mannheimer Schmierstoffkonzern aussteigen will. „Wenn es so kommt, dann prüfen wir die uns vertraglich zustehenden Rechte“, so die Sprecherin. Weitere Informationen gab es nicht. Laut Geschäftsbericht von Fuchs kam das Joint-Venture, an dem die Mannheimer 32 Prozent halten, im Jahr 2011 auf einen Umsatz von 178 Millionen Euro und einen Gewinn nach Steuern von 27,4 Millionen Euro. Die Börse nahm die Gerüchte recht leidenschaftslos hin, die Fuchs-Aktie notierte gestern wie der MDax im Plus.

Die Nachrichtenagentur Reuters hatte berichtet, dass die Saudis für den Verkauf ihres Zwei-Drittel-Anteils bis zu 500 Millionen Dollar (400 Millionen Euro) erzielen könnten, was Kenner der Materie als sehr hohen Kaufpreis einschätzen. Fuchs habe ein Vorkaufsrecht und wolle seinerseits nicht verkaufen, hieß es weiter. Am Anteil der Saudis seien hauptsächlich Finanzinvestoren aus der Region interessiert.

Für Fuchs wäre die Finanzierung einer Übernahme der Saudi-Anteile allerdings auch kein größeres Problem angesichts der aktuell hohen Kapitalkraft. Das 1965 gegründete Gemeinschaftsunternehmen betreibt eine Schmierstofffabrik im saudischen Yanbu, am Roten Meer. Das Werk deckt rund 30 Prozent des saudischen Schmierstoffbedarfs ab.

Ärger hat Fuchs in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Laut Geschäftsbericht hat ein Mitgesellschafter der Fuchs Oil Middle East Klage gegen Fuchs wegen angeblicher Verletzung gesellschaftsrechtlicher Pflichten eingereicht. Mit einer erstinstanzlichen Entscheidung wird im Herbst 2012 gerechnet. Das Unternehmen (Fuchs hält 50 Prozent) kam zuletzt auf einen Umsatz von 28 Millionen Euro. mir

Drupa: Börse traut Optimismus nicht / Kurzarbeit in Heidelberg und Wiesloch beendet

## Wird aus Heidelberg-Aktie ein „Pennystock“?

Von unserem Redaktionsmitglied  
Matthias Kros

HEIDELBERG. Obwohl die Branchenmesse Drupa aus Sicht des Marktführers Heidelberg vielversprechend gelaufen ist, gerät die Aktie des weltgrößten Druckmaschinenbauers jetzt richtig unter Druck. Am Montag landeten die Papiere mit 1,13 Euro einen neuen Tiefststand, innerhalb der vergangenen fünf Jahre haben sie damit knapp 97 Prozent an Wert eingebüßt.

Dabei hatte Vorstandschef Bernhard Schreier erklärt, dass die Messe die Erwartungen „übererfüllt“ habe. „Wir werden beim Auftragseingang einen fantastischen Start im ersten Quartal des Geschäftsjahres 2012/13 sehen“, hatte er gegenüber der „WirtschaftsWoche“ gesagt. Nach über dreieinhalb Jahren konnte deshalb Anfang Mai die Kurzarbeit beendet werden. Das Produktionswerk in Wiesloch hat dank der Messe wieder ein Auftragspolster von 550 bestellten Druckmaschinen.

### Drohender Imageverlust

Dies sind eigentlich Aussagen, die auf eine Verbesserung der Branchensituation schließen lassen und der Aktie einen Schub verpassen müssten. Dennoch hat sich der Abwärtsdruck weiter beschleunigt, das Vorzeigeunternehmen des deutschen Maschinenbaus droht zu einem „Pennystock“ zu verkommen, also einer Aktie, deren Wert unter einen Euro gefallen ist. Neben einem Imageverlust für das Unternehmen

### Die Konkurrenten im Vergleich



Quelle: Deutsche Börse

MM-Grafik

sieht man solche Entwicklungen auch bei der Deutschen Börse nicht unbedingt gern. Hier war die Heidelberg-Aktie erst im Frühjahr vom MDax in den SDax abgerutscht. „Natürlich ist uns eine Stabilität und Verlässlichkeit der bei uns gelisteten Unternehmen wichtig“, erklärte ein Sprecher gestern. Allerdings habe ein Fall unter der Marke von einem Euro keine direkten Auswirkungen auf die Zugehörigkeit zu einem der Indizes. Dafür seien der Börsenumsatz und die Marktkapitalisierung entscheidend.

Über die Gründe für das Minus lässt sich nur spekulieren. Die Kursverluste könnten etwa der Ausstieg eines weiteren Großinvestors verstärkt haben: Anfang Mai hatte der US-Fonds Capital Research and Management Company mitgeteilt, dass der eigene Anteil an Heidelberg unter drei Prozent gefallen war.

„Wahrscheinlich hatten sich die Anleger an der Börse von der Drupa noch mehr Aufbruchstimmung erhofft“, vermutet Stefan Maichl, Ana-

lyst für Maschinenbauwerte bei der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) in Stuttgart. Zumal der Heidelberg-Vorstand in seinen Aussagen zum Messeauftragsgang „recht kryptisch“ geblieben sei.

Maichls Ansicht nach lagen die Aufträge der Drupa unter den Werten von vor vier Jahren. „Ich erwarte zudem ein relativ schwaches erstes Quartal für Heidelberg“, so der Analyst. Schließlich könnten die Drupa-Aufträge nur in geringem Umfang bereits als Umsatz verbucht werden. Die Kosten für die gerade zu Ende gegangene Messe dürften zudem das Ergebnis schmälern. „Der Investor muss somit auf das zweite Halbjahr hoffen und wer weiß, was bis dahin passieren kann“.

Zuvor hatten auch die Analysten der Commerzbank die Hoffnungen gedämpft und von einem „unverändert hohen Preisdruck“ in der Branche, ausgelöst durch Überkapazitäten bei den Druckmaschinenbauern und die Konsolidierung bei den Druckereien, gesprochen.

### Unfall

## Sicherheitsdebatte um Elektroautos

PEKING. Ein tödlicher Unfall mit einem Elektroauto hat in China eine Diskussion über die Sicherheit von Batteriefahrzeugen ausgelöst. Der Fahrer und zwei Passagiere kamen am Samstag in Shenzhen in Südkina bei einem Feuer in einem Elektroauto vom Typ E6 des chinesischen Autoproduzenten BYD ums Leben, nachdem ein Sportwagen mit hoher Geschwindigkeit aufgefahren war. Dies berichteten chinesische Medien. „Der Unfall zeigt, dass es weiter Probleme mit der Qualität, dem Design und der Technologie von Elektroautos gibt“, zitierte die „Global Times“ Su Hui, den Vizedirektor der Autohändlervereinigung. Er sprach von einem „Warnsignal“. dpa

### Bio-Handel

## Umsatzplus bei Alnatura

BICKENBACH. Der Naturkosthändler Alnatura bleibt auf Wachstumskurs. Im laufenden Geschäftsjahr 2011/2012 erwartet das Bio-Handelsunternehmen aus dem südhessischen Bickenbach wieder ein zweistelliges Umsatzplus. Bereits in der ersten Hälfte seien die Erlöse um 13 Prozent auf 263 Millionen Euro gestiegen, teilte die Alnatura Produktions- und Handels GmbH gestern mit. Die Zahl der Arbeitsplätze stieg um 100 auf 1730. Im vergangenen Geschäftsjahr hatte Alnatura einen Umsatz von 464 Millionen Euro erreicht – ein Plus von 16 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Angaben zum Gewinn wurden nicht gemacht. dpa



125 Praktiker-Filialen sollen zu Max-Bahr-Märkten aufgewertet werden. BILD: DPA

Praktiker: Umrüstung auf Premium-Baumärkte

## „Max Bahr“ soll's richten

KIRKEL/HAMBURG. Der angeschlagene Baumarktkonzern Praktiker will mit einer Zwei-Marken-Strategie die Trendwende schaffen. Im Mittelpunkt steht dabei die Marke „Max Bahr“. Unter diesem Namen betreibt der Konzern vor allem in Norddeutschland bereits 78 Märkte. Von den 234 „Praktiker“-Filialen in Deutschland will der Konzern etwa 125 vor allem in Süd- und Südwestdeutschland bis Ende 2013 umbenennen und aufwerten, wie das Unternehmen gestern mitteilte. „Max Bahr“ soll als eine Art Premium-Baumarkt positioniert werden – mit viel Beratung und „Vollservice auf Fachhandelsniveau“. Dafür plant der Konzern Investitionen und Ausgaben im niedrigen dreistelligen Millionenbereich. Bis zu 100 „Praktiker“-Standorte sollen unter dem alten Namen als eine Art Baumarkt-Discounter erhalten bleiben. Anders als bislang geplant, will das Unternehmen nach eigenen Angaben keine Märkte sofort schließen. dpa

Social Media: Bildbearbeitungs-App und Smartphone-Gerüchte

## Neuerungen bei Facebook

NEW YORK. Die Gerüchteküche rund um Facebook brodelt: Derzeit wird erneut spekuliert, dass das soziale Netzwerk bald ein Smartphone auf den Markt bringen wird. Die New York Times berichtete gestern, dass der US-Riese seine Pläne bis 2013 realisieren möchte. Facebook hat das Gerücht weder bestätigt noch dementiert und verwies auf eine früher getroffene Aussage, dass das Unternehmen mit der kompletten Mobil-Industrie zusammenarbeite.

Unterdessen setzt das soziale Netzwerk verstärkt auf Smartphone-Fotos: Wenige Wochen nach der milliardenschweren Übernahme der Bilder-Plattform Instagram stellte Facebook jetzt die kostenlose App „Facebook Camera“ vor. Dabei kann man Bilder mit Farbfiltern bearbeiten und sie schneller auf Facebook hochladen. Die App ist vorerst nur für iPhone und iPad im iTunes-Store der USA verfügbar, eine deutsche Version soll folgen.

Erstaunlich ist, dass die Technik der neuen App nicht von Instagram stammt, sondern komplett vom Facebook-Team entwickelt wurde. Fraglich ist daher, wie amerikanische Wettbewerbsbehörden den Kauf des wohl stärksten Konkurrenten kurz vor Start des eigenen Angebots bewerten. Unterdessen fiel die Facebook-Aktie gestern im Handelsverlauf an der New Yorker Börse auf einen neuen Tiefststand von nur noch rund 30 Euro. ib/dpa