

2. März 2016, 09:56 Körbe auf Rädern

Bei Fuß, Einkaufswagen!

Die rollenden Drahtkörbe werden raffinierter: Heute verführen sie mit Tricks zum Kauf, morgen schon können sie Kunden hinterherfahren.

Von Nora Kolhoff

Über Alltagsgegenstände weiß man bekanntlich oft am wenigsten. Zum Beispiel Einkaufswagen. Vor kurzem kamen sie plötzlich ins Gespräch - als Karstadt verkündete, seine Warenhäuser künftig damit auszustatten. Komisch, dachte man sich, schließlich ist der Kunde die Wagen eher im Supermarkt gewohnt. Ein etwas anderer Blick auf einen Helfer, den man zwar oft herum schiebt, aber kaum kennt.

Entstanden aus einem Klappstuhl

Die Umsätze von der US-Supermarktkette "Humpty Dumpty" waren damals mies. Die Kunden kauften vor allem deshalb wenig, weil sie nicht mehr tragen konnten, bemerkte der Besitzer Sylvan Goldman im Jahr 1937. Angeblich soll er auf der Terrasse seine Klappstühle betrachtet haben, als ihm die Idee kam. Der erste Einkaufswagen war deshalb auch nicht mehr als ein simpler Klappstuhl mit anmontierten Rollen an den Stuhlbeinen und einem Korb auf der Sitzfläche.

Anfangs kam das Modell bei den Kunden überhaupt nicht an. Frauen beschwerten sich, sie würden nicht auch noch beim Einkaufen einen Kinderwagen vor sich her bugsieren. Goldman stellte also Statisten ein, die Einkaufswagen durch die Gänge des Supermarktes schubsten. Das funktionierte. Die Kunden begannen, die Wagen zu benutzen. Nach Deutschland kam der Einkaufswagen erst später. Rudolf Wanzl führte die amerikanische Erfindung 1949 auch in der Bundesrepublik ein und ließ seinen Einkaufswagen patentieren. Die Firma Wanzl ist heute der weltweit größte Hersteller.

Der Wagen folgt dem Kunden

Auch wenn viele Einkaufswagen noch Ähnlichkeit mit dem Drahtkorb auf Rollen vor knapp 80 Jahren aufweisen, es wird bereits an intelligenten Technologien geforscht. So wurde ein selbstfahrender Einkaufswagen entwickelt, der den Kunden folgt und vor allem Menschen im Rollstuhl den Einkauf erleichtern soll. Der von der portugiesischen Firma Follow Inspiration hergestellte Wagen erkennt das Gesicht des Besitzers in weniger als zwei Sekunden und begleitet ihn danach durch den Laden. Allerdings kostet der Hightech- Einkaufswagen momentan noch 4000 Euro und dürfte herkömmlichen Supermärkten zu teuer sein. Sie zahlen etwa 50 bis 150 Euro für einen Wagen.

An der Hochschule Heidenheim wollten Studenten das Umladen der Einkäufe vom Einkaufswagen ins Auto vereinfachen. Dazu haben sie einen "Drive-In-Caddy" entwickelt, ein Gefährt, mit dem man die Einkäufe per Knopfdruck ins Auto laden kann. Das soll insbesondere Älteren oder Menschen mit Rückenschmerzen helfen. Am

Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) wurde in einem Testlabor ein Einkaufswagen entwickelt, der das Bezahlen ohne Auspacken ermöglicht. Die Ware soll schon im Korb erfasst werden. Der intelligente Wagen ist außerdem mit einer virtuell erstellten Einkaufsliste verbunden. Er zeigt dem Kunden dann den Weg zur Fleischtheke oder dem Obstregal und streicht die Produkte selbständig von der Einkaufsliste. "In ein paar Jahren könnten solche Modelle in Supermärkten die Kassen ersetzen", sagt Antonio Krüger vom DFKI.

Andere Länder, andere Wagen

Bislang haben sich die Modelle in den Supermärkten aber noch nicht durchgesetzt. Beim Discounter Lidl gibt es zwar beispielsweise spezielle Wagen für Rollstuhlfahrer, Single-Wagen für kleinere Einkäufe oder Modelle für Babyschalen. Intelligente Alternativen sind aber noch nicht in Planung. Ähnlich ist es bei der Supermarktkette Rewe: "Einkaufswagen haben sich bewährt und es wird sie noch sehr lange geben", heißt es dort nur. Allerdings verändern sich die Modelle doch: Einkaufswagen werden immer größer, sagt Alexander Hennig, Professor an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg. Das solle die Kunden dazu anregen, mehr zu kaufen. Aus diesem Grund haben die Wagen eine abgeschrägte Bodenfläche, weshalb Waren an den Rand rutschen. Zudem seien die Einkaufswagen selbst bei hohem Gewicht noch leicht zu schieben, sagt der Handelsexperte. Das suggeriere, der Wagen sei noch nicht voll beladen.

In den USA oder Skandinavien kaufen Kunden gerne mit XXL-Modellen ein. Grund dafür sind die oft weiten Distanzen zwischen Laden und Zuhause, man plant gleich für mehrere Wochen.

Im Mittelmeerraum sind dagegen Wagen aus Kunststoff beliebt, weil sie sich nicht so schnell erhitzen. Und in Japan sind die Einkaufsmodelle generell deutlich kleiner. Dort wird laut Wanzl beinahe täglich eingekauft. Die Größe der Wagen könne auch als Wohlstandsindikator gesehen werden, sagt Hennig. Denn in vielen Ländern wären Kaufkraft und Supermarktgröße für die Riesenwagen zu gering.

Voller Bakterien

Einkaufswagen sind unhygienischer als der Besuch einer öffentlichen Toilette, das besagt eine Studie der Universität von Arizona aus dem Jahr 2011. Demnach sollen 72 Prozent der untersuchten Einkaufswagen auf ihrer Oberfläche fäkale Bakterien enthalten haben. Das liegt der Studie zufolge daran, dass Toiletten regelmäßig desinfiziert werden, Einkaufswagen jedoch nicht.

Bei der Supermarktkette Lidl werden die Wagen nach eigenen Angaben einmal im Jahr sowie im Bedarfsfall gereinigt. Mancherorts werden mittlerweile mobile Waschanlagen für Einkaufswagen eingesetzt, die in Lkws eingebaut sind. Genau wie bei einer herkömmlichen Auto-Waschanlage werden die Einkaufswagen dort durch die Bürsten geschleust.

URL: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/koerbe-auf-raedern-bei-fuss-einkaufswagen-1.2886880>

Copyright: Süddeutsche Zeitung Digitale Medien GmbH / Süddeutsche Zeitung GmbH

Quelle: SZ vom 02.03.2016