

Sprich mit mir!

VON HILMAR POGANATZ

Die Zeitreise beginnt gleich an der Eingangstür. Wer am New Yorker Union Square den Supermarkt „Food Emporium“ betritt, wird von entspannt parlierenden Gentlemen mit Schirm, Charme und Melone in Empfang genommen. Die Kunden bewegen sich in Richtung Verkaufsräume an großformatigen Fototafeln vorbei. Die Schwarz-Weiß-Aufnahmen zeigen Krämer in weißen Kitteln, die über Ladentheken hinweglächeln; in den Regalen auf den Fotos stehen Cornflakes-Packungen und Konserven, keines der Preisschilder aus der Frühzeit des US-amerikanischen Einzelhandels weist einen Betrag höher als 50 Cent aus. Dann ein paar Schritte durch die Jetztzeit, und schließlich kommt die Kundschaft in der Zukunft an: „Führen Sie den nächsten Artikel mit dem Barcode über den Scanner“, sagt eine freundlich klingende Frauenstimme. Eine Kassiererin ist nirgendwo zu sehen. Die Worte kommen aus einer Maschine. Die Kasse spricht.

Immer mehr amerikanische Supermärkte setzen Selbstbedienungs-Terminals ohne Verkaufspersonal ein. Der Kunde führt seine Einkäufe selbst an einem Scanner vorbei, der den auf jeder Ware zu findenden Strichcode („Barcode“) liest. Angaben zum eingekauften Obst macht der Kunde an einem berührungsempfindlichen Bildschirm, dann wiegt die Kasse das Gewünschte aus. Zum Schluss wird per Kreditkarte bezahlt. Bargeld nimmt der Automat auch. In der Hoffnung Personalkosten zu sparen und den Service zu verbessern, haben große amerikanische Handelsketten nach einer Schätzung des Marktforschungsunternehmens IDC bereits heute rund 13 000 dieser SB-Kassen installiert. Es werden mehr, und sie kommen nun auch nach Deutschland.

Der Handelskonzern Metro hat über Monate hinweg SB-Kassen der jüngsten Generation in Filialen seiner Kette Real getestet. Vergangenen Monat wurde das Experiment abgeschlossen und für erfolgreich befunden. 50 Märkte von Real und Extra, einer weiteren Metro-Kette, werden nun bis Anfang 2005 mit 200 Roboter-Kassen des Herstellers NCR ausgerüstet.

Positive Erfahrungen im Testmarkt in Ratingen bei Düsseldorf sowie die Signale aus den USA lassen indes eine deutschlandweite Einführung von Kassen ohne Personal denkbar erscheinen, möglicherweise auch in anderen Märkten des Metro-Konzerns (Saturn, Media-Markt, Galeria Kaufhof, Praktiker) noch in diesem Jahr. Auch Fast-Food-Ketten wie McDonalds experimentieren derzeit mit SB-Bezahlsystemen. Die Dienstleistungsgewerkschaft Verdi rechnet mit Arbeitsplatzverlusten.

Möglich wird die neue Welle der Automatisierung dadurch, dass zum einen die Do-it-Yourself-Maschinen inzwischen weitgehend fehlerfrei arbeiten und zudem das Vertrauen der Verbraucher in technische Lösungen gestiegen ist. Die 1,40 Meter hohen und ebenso breiten mausgrauen Hilfskräfte des US-Herstellers Optimal Robotics, die im „Food Emporium“ kassieren, sind echte Multitalente. Waage, Nummernfeld, Bildschirm, Münzschlitz und Banknoteinzug, Kassenbondrucker und Sprachausgabe sind integriert. Plastiktüten hängen auf Kniehöhe.

Im New Yorker „Food Emporium“ wie im rheinischen Ratingen stehen vier der nimmermüden elektronischen Diener, als „Fast Lane“ titulierte Shopping-Überholspur gekennzeichnet, neben den herkömmlichen Kassen und brabbeln das ihnen eingegebene Repertoire von Standardsätzen vor sich hin: „Bitte nehmen Sie Ihre Artikel mit“ und „Vielen Dank für Ihren Einkauf“. An einem Servicetisch am Ausgang der Automaten-Schleuse steht eine Verkäuferin, die Kunden bei Verständnisschwie-

Der Metro-Konzern stattet seine Supermärkte mit Roboter-Kassen aus, die sprechen können und kein Personal brauchen. Gewerkschafter fürchten, dass viele Kassiererinnen ihren Job verlieren

rigkeiten hilft. Außerdem passt sie auf, dass wirklich jeder zahlt, und sie kontrolliert das Alter jugendlich wirkender Alkohol- und Zigarettenkäufer. Eine Frau statt vier Kassiererinnen.

Auf die scheinen die Kunden in New Yorker „Food Emporium“ tatsächlich verzichten zu können. „Wir haben es jetzt schon über 50 Mal gemacht und finden es super“, sagt der Computerprogrammierer Mark Harrison, der seine elfjährige Tochter Liz an der Hand hält. „Heute hat ja niemand mehr Zeit“, fährt er fort, „Zeit ist ...“ – „Geld!“, sagt Liz, ihre silberne Zahnsperre blitzt auf. „Ist doch voll langweilig, an der Kasse zu warten, das hier macht viel mehr Spaß“, sagt Liz. Sie darf den Knopf drücken, der das Wechselgeld klimpern lässt.

So einen Knopf haben die SB-Kassen bei Real in Ratingen bislang nicht. Doch auch bei den Maschinen des amerikanischen Herstellers National Cash Registers (NCR) Funktionen wie Barzahlung oder die Annahme von Pfandbons zugeschaltet werden. Oder eine Kassiererin: Für die britische Kette Marks Spencer wurden Kassen entwickelt, die ein animiertes Computergesicht zeigen, im Aussehen der Computerspiel-Ikone Lara Croft nachempfunden. „Die technische Reife, die die Self-Scanner im letzten Jahr erreicht haben, hat ihnen bereits in England, Italien und den Niederlanden zum Durchbruch verholfen“, sagt Brigitte Knittlmayer, Deutschland-Votreterin von NCR. „Inzwischen

führen wir in Deutschland Gespräche mit allen Einzelhandelsunternehmen, die in Frage kommen.“ Das Interesse sei groß.

So wie bei Metro in Düsseldorf, Deutschlands größtem Einzelhandelskonzern. „Wir wollen mit dieser Technologie arbeiten, und der Real in Ratingen wird nicht der letzte Markt mit SB-Kassen sein“, sagt Metro-Sprecher Albrecht von Truchseß. Die Konkurrenz sieht die Kassen-Technik weniger positiv. Wolfram Schmuck, Sprecher der Rewe-Gruppe (HL, Minimal, Toom, Penny, Pro-Markt), verweist auf die immer größer werdende Kundengruppe älterer Menschen, die von kassierenden Automaten überfordert sein könnte. Tengemann (Plus, Kaiser's, A&P, Obi) hat 1996 bei einem Versuch im Oberhausener Einkaufszentrum Centro schlechte Erfahrungen mit Roboter-Kassen gemacht. „Das ist für uns kein Thema mehr“, sagt eine Sprecherin.

Doch für Metro stellten die grauen Alleskönner eine sinnvolle Ergänzung zu konventionellen Kassen dar, sagt Albrecht von Truchseß. Darum seien die Roboter auch keine Jobkiller. „Natürlich will Metro Kosten sparen, aber nicht auf der Mitarbeiterseite.“ Sollten eines Tages die Ladenschlusszeiten freigegeben werden, seien zwar durchaus 24-Stunden-Shops denkbar, in denen ausschließlich SB-Kassen stünden. „Menschenfreie Supermärkte sind aber nicht unser Ziel.“ Der massive Stellenabbau der letzten Jahre im deutschen Einzelhandel sei nicht auf neue Technologien zurückzuführen, sondern auf den harten Preiskampf.

Bei der Gewerkschaft Verdi hingegen wird die Selbstbedienungskasse als neuartige Rationalisierungstechnik gefürchtet. Es gehe um „Einsparungen bei den Perso-

nalkosten, die dann in den Preissetzung gesteckt werden“, sagt ein Gewerkschaftssprecher. Über die Anzahl gefährdeter Arbeitsplätze gebe es allerdings noch keine Schätzungen. Und dass an den Kassen des deutschen Einzelhandels künftig nur noch Roboter Dienst tun, sei auch nicht zu befürchten. „Das SB-System wird die herkömmlichen Kassen nur ergänzen.“ Auf Kundenseite sei es nur für kleine Einkäufe mit wenigen Artikeln attraktiv, und für den Handel nur in großen SB-Warenhäusern wie Real, Wal-Mart oder Globus. Discounter wie Aldi oder Lidl hingegen würden auch in Zukunft auf die schnellen Finger ihrer Kassiererinnen setzen, bei deren Produktivität kein Kunden-Scanner mithalten könne.

Eckhard Reimann, Spezialist für elektronische Kioske im Deutschen Multimedia-Verband (DMMV), meint: „Man sollte bei der Einführung neuer Techniken nicht verschweigen, dass diese auch Mitarbeiter ersetzen.“ Zumal die menschliche Belegschaft unter Umständen Gegenmaßnahmen ergreifen könnte. „Als Karstadt Anfang der neunziger Jahre Pixelparks Info- und Bestellterminal ‚Musicmaster‘ aufstellen ließ, haben die Angestellten ihren neuen Konkurrenten einfach nicht mehr gepflegt, oder ihm gleich den Stecker gezogen.“ Trotzdem rechnet der Unternehmensberater Reimann damit, dass sich das SB-System genauso wie die einstmalig skeptisch beäugten Bankautomaten durchsetzen wird.

Und das eben vor allem aus Kostengründen. In den USA kostet eine SB-Kasse rund 80 000 Dollar und amortisiert sich nach 15 Monaten. Danach kommt jede Transaktion den Händler nur noch halb so teuer, als wenn ein Mensch an der Kasse stünde. Wer in einem deutschen Supermarkt arbeitet, bekommt rund 2000 Euro brutto im Monat – da macht sich ein Roboter verhältnismäßig schnell bezahlt, fürchten Gewerkschafter.

Zumal dann, wenn die Kunden die Technik annehmen. Und danach sieht es aus. Im Ratinger Real-Testmarkt, wo die Selbstbedienung bislang lediglich bargeldlos möglich ist, nahm knapp ein Drittel aller Kunden mit den Robotern Vorlieb, sagt Sprecherin Simone Meyer. Kein schlechter Wert angesichts von nur vier Automatikkassen, die nur als Ergänzung zu den 13 herkömmlichen Zahlstationen gedacht waren.

Wobei: Die Technik ist doch schon weiter, zumal bei Metro. In seinem Rheinberger „Future-Store“ testet der Konzern unter anderem auch Funk-Preisschilder, so genannte RFID-Tags. Der Kunde muss mit dem Einkaufswagen nur an der Kasse vorbei fahren, schon sind alle Waren erfasst, während es an den NCR-Kassen bei Real in Ratingen notwendig ist, jeden Milchkarton einzeln am Scanner entlang zu ziehen. „In unserem Future-Store haben wir derzeit drei Produkte mit RFID gekennzeichnet“, sagt Metro-Sprecher von Truchseß. „Aber wir sind noch lange nicht so weit, dass jede Zahnpasta einen Chip hat.“ Denn die Minisender sind noch zu teuer, kosten pro Stück 30 bis 40 Cent. „Bis jeder Joghurtbecher RFID hat, werden noch zehn bis 15 Jahre vergehen“, schätzt von Truchseß.

Mit den Robotern lässt sich zwar schneller shoppen. Trotzdem sagt „Food Emporium“-Kunde Mark Harrison: „Ich vermisse es schon, mit jemandem zu sprechen. Früher kannten die Kassierer mich, sie lächelten und sprachen mit mir über das Wetter – aber heute hat ja niemand mehr Zeit.“ Und dann nimmt er Tochter Liz und seine Einkäufe und geht in Richtung Ausgang, vorbei an den großen Fotos aus einer Zeit, die endgültig vergangen scheint.



Die Metro, Deutschlands größter Handelskonzern, wird 50 seiner Supermärkte mit insgesamt 200 Roboter-Kassen ausstatten – allerdings primär als Ergänzung zu den herkömmlichen Kassen mit Kassiererin, heißt es bei Metro