

## Redaktionsdienst

Leipzig, 15. März 2012

### **Unternehmens-Umfrage: Nur 9 % der Handelsketten setzen auf Selbstbedienungskassen / Lebensmittelbranche vorn**

#### **Selbstbedienungskassen sind umstritten. Schritt in die Zukunft oder Servicekiller und Jobvernichter?**

Gerade zum Frühlingsbeginn, wenn die Geschäfte wieder voller und die Wartezeit an den Kassen länger wird, wünscht sich mancher Kunde eine Möglichkeit, das Schlangestehen zu umgehen. Eine Option sind Selbstbedienungskassen. Das Portal [www.shopping.de](http://www.shopping.de) wollte deshalb von 139 Handelsunternehmen in Deutschland wissen, in welchem Umfang diese bereits eingesetzt werden. Ergebnis: Nur 9 % bieten bislang Selbstbedienungskassen an – zu erwähnen wären Edeka, Real, Kaufland, Hit, Famila-Nordost, Ikea sowie Saturn und Bauhaus. Selbstbedienungskassen werden demnach hauptsächlich im Lebensmittel-, Elektronik- und Möbelhandel sowie in Baumärkten genutzt (bitte Grafiken im Anhang berücksichtigen).

Als Gründe für den Einsatz nennen 38 % der Unternehmen verkürzte Wartezeiten und ein Viertel die Entlastung der Mitarbeiter. Geht es nach dem Wunsch der Arbeitgeber, sollen sich die Verkäufer im digitalen Zeitalter verstärkt auf die wichtige und umsatzbringende persönliche Fachberatung konzentrieren. Gut 50 % der auf Selbstbedienungskassen setzenden Handelsunternehmen sagten zudem gegenüber shopping.de, das positive Feedback der Kunden habe sie darin bestärkt, Selbstbedienungskassen dauerhaft einzusetzen. Ein weiterer, aber nicht offensiv kommunizierter Grund, dürfte die Reduzierung der Kosten im Handel sein, welcher die stärkere Einbindung der Kunden in den Abrechnungsprozess mit sich bringt.

Unterm Strich zeigt die shopping.de-Studie: Die Vorteile überwiegen bislang nicht die Nachteile. Anders ist nicht zu erklären, dass lediglich 9 % der Handelsunternehmen auf Selbstbedienung in ihren Geschäften setzen. Beispiel: Die Modehauskette Peek & Cloppenburg (P&C) Düsseldorf baute nach fünfjähriger Testphase Ende 2010 die Selbstbedienungskassen, auch Expresskassen genannt, wieder ab. Die Kassen hätten sich „nicht optimal in den Gesamtprozess der Zahlungsabwicklung integriert“, heißt es von P&C. Auch C&A räumt eine gescheiterte Testphase ein, möchte aber aus Wettbewerbsgründen keine Angaben zu den Ursachen machen.

In der Umfrage nannten die 140 befragten Handelsunternehmen shopping.de folgende Hauptgründe für den Nicht-Einsatz von Selbstbedienungskassen: „Fehlender Kundenkontakt“ (40%), „Mit Produktpalette/Kaufabwicklung nicht vereinbar“ (38%; z.B. Sicherungen an Kleidungsstücken), „Thema hat grundsätzlich keine Priorität“ (10%), „Kosten zu hoch“ (3%), „Einsatz für Kunden zu kompliziert“ (3%). Als mit dem Verkaufsprozess nicht vereinbar haben sich Selbstbedienungskassen neben der Textilbranche auch in Schuh-, Buch- und Bioläden sowie in Drogerien erwiesen. Dennoch: 5% der befragten Unternehmen gaben an, eine Einführung oder Testphase in 2012 zumindest zu planen.

Doch nicht nur Handelsunternehmen tun sich mit dem Einsatz von Selbstbedienungskassen in Deutschland schwer: Auch in anderen Branchen, wie der Gastronomie, gibt es bislang keinen Automatisierungs-Durchmarsch an den Kassen zu verzeichnen. Selbst große Restaurantketten, wie McDonalds, vermelden bislang lediglich 22 Restaurants, die hierzulande auf Easy-Order-Terminals setzen. Das sind nicht viele unter den 1.415 McDonalds-Filialen, die von Flensburg bis Garmisch die Bürger mit BigMacs und Pommes versorgen.

#### **Untersuchungsdesign:**

*Basis für diese Studie bildet eine Umfrage bei 139 in Deutschland aktiven Handelsketten, von denen 85 teilgenommen haben. Sie wurden per E-Mail angefragt. Bei Bedarf wurde telefonisch nachgehakt. Detailübersicht im Anhang.*

#### **Hintergrund shopping.de:**

Shopping.de ist ein Shopping-Portal der Unister Gruppe. Mit einem Kaufpreis von knapp 2 Mio. Euro ist es die teuerste Domain Deutschlands. Auf dem Portal erwartet den Kunden jeden Tag eine neue Themenwelt mit exklusiven Gutschein-Deals und Produkten mit bis zu 70% Rabatt.