

Die Angst vor dem Piepsen an der Kasse

Zahlen in Eigenregie statt am Fließband an der Kasse: Self-Checkout steckt in Österreichs Handel noch in den Kinderschuhen. Warum sich das ändern soll, und wie ehrlich Kunden beim Scannen sind.

Verena Kainrath

Wien – Selbstbedienung an den Kassen: Sie soll nervenraubende Warteschlangen verkürzen, Stress am Fließband reduzieren und vor allem Zeit sparen. Die Technik für das Selbstscannen und -bezahlen im Handel ist seit Jahren ausgereift, ihre Kinderkrankheiten sind überwunden und Warnungen vor einem Kahl Schlag an Jobs in den Filialen leiser geworden. Allein viele Konsumenten werden nach wie vor lieber bedient, zumindest in Österreich und Deutschland.

Während in den USA, Großbritannien und Frankreich der Self-Checkout an den Kassen gang und gäbe ist, übt sich Österreich in Testläufen. Ikea tut es als Vorreiter seit 2008. Bauhaus zählt ebenso zu den Pionieren. Spar installierte entsprechende Kassen an 24 Standorten, Merkur an einem. Billa zieht nun mit je einer Filiale in Graz und Wien nach. Und das war es dann auch schon. Viel mehr als eine gute Handvoll Händler sind es auch in Deutschland nicht.

IT-Dienstleister sind sich einig, dass auch hierzulande Schwung in die Sache kommt – und zwar Hand in Hand mit mobilen Zahlungsmöglichkeiten über Smartphones. Noch aber hapert es an der Benutzerfreundlichkeit, sagt Rudolf Roschitz, Business Development Manager der S & T. Zum einen sei mancher Kunde überfordert. Zum anderen brauche es Personal, etwa um das korrekte Bezahlen zu überwachen, denn in der Regel gehöre jeder Zehnte nachträglich geprüft.

Was Österreich bei der Selbstbedienung an der Kasse hinterherhinken lässt, sei zudem die Liebe zum Bargeld. „Nur 20 Prozent der Rechnungen werden über Karten beglichen. In den USA ist es genau umgekehrt.“ Neue Terminals lassen sich zwar auch mit Barem füttern. Sie sind jedoch mit höheren Kosten für den Handel verbunden. Ob bei Gutscheinen, Kreditkarten, Alkohol für jugendliche oder Feh-



Einkaufen bei Wal-Mart in den USA: Die Amerikaner begleichen gut 80 Prozent ihrer Rechnungen via Karte. Selbstscannen an den Kassen zählt vielerorts zur täglichen Routine.

Foto: Reuters / Rick Wilking

lermeldungen: Kunden brauchen Unterstützung. Der Self-Checkout rechnet sich daher erst ab vier Kassen je Filiale; diese ließen sich von einem Mitarbeiter betreuen, weiß Markus Zoglauer, der sich mit seinem Softwareentwickler Etron auf Kassensysteme spezialisierte.

Frage der Gewohnheit

Die Zahl der Tankstellen ohne Kassenpersonal wachse, auch an den Flughäfen hätten sich die Österreicher an das Self-Check-in gewöhnt, sagt Stephan Mayer-Heinisch, Präsident des Handelsverbands. Wie es in London oder Nizza selbstverständlich sei, seinen Einkauf selbst zu scannen und zu bezahlen, würden sich auch die Österreicher bald daran gewöhnen. Noch aber überwiege an den Terminals „die Scheu vor dem Pieps, die Angst, was falsch zu machen und als E-Idiot dazustehen“.

Für René Tritscher, Geschäftsführer der Sparte Handel der Wirtschaftskammer, hat es in hochfrequentierten Geschäften durchaus Charme, an der Kasse selbst tätig zu werden. Ziel sei es, Mischformen fürs Bezahlen anzubieten. An eine großflächige Umstellung in

den kommenden Jahren auf Do-it-yourself glaubt er jedoch nicht.

Dass sich mit dem System, ist es einmal gut eingespielt, teures Kassenspersonal einsparen lässt, wie Personalvertreter fürchten, wird bei Spar und Rewe scharf in Abrede gestellt: Kassenspersonal lasse sich nie abschaffen, manche Mitarbeiter übernehmen nur andere Funktionen, versichern Sprecher.

Schlechte Erfahrungen mit vermehrtem Diebstahl will der Handel nicht gemacht haben. Teils sei die Ehrlichkeit der Kunden beim Selbstzahlen sogar höher, so der Tenor. Und wer was einstecke, tue dies unabhängig vom Kassensystem, sicher jedoch nicht in der exponierten Self-Checkout-Zone.

Theoretisch möglich, in der Praxis zumindest an der Kassa in weiter Ferne sind mit Chips versehene Produkte – RFID-Tags für den gesamten Inhalt des Einkaufswaggers. Ein Scanner identifiziert damit alle Einkäufe und initiiert den Zahlungsvorgang. Das wirft aber Datenschutzfragen auf, warnt Roschitz: Durch die komplette Vernetzung der Produkte ließen sich detaillierte Kauf- und Verhaltensprofile der Kunden erstellen.