

„Wir werden im Supermarkt manipuliert“

Einkaufen ist zum Hochgeschwindigkeits-Rennen geworden. Kassierer und Kunden ziehen und packen gegeneinander an. Warum ist das so? Der Soziologe Marcel Schütz hat ein paar Erklärungen und gibt Tipps für den Einkauf.

Herr Schütz, die Gänge werden breiter, aber an der Kasse wird der Supermarkt zum Nadelöhr. Gerade in den Discountern ist nach dem Einscannen kaum Platz. Wo sind die großen Ablageflächen von früher hin?

MARCEL SCHÜTZ: Ja, das scheint fast paradox. Der ganze Markt wird aufgehübscht, selbst die Discounter haben hier die letzten Jahre nachgezogen. Aber ausgerechnet dort, wo der Stresspegel am höchsten steigt, im Kassensbereich, bleibt alles dicht, knapp und eng. Der Verdacht liegt nicht fern: Das soll so sein. Man darf sich im Markt überall wohlfühlen, aber an der Kasse soll es diszipliniert zugehen. Die größeren Ablagen zum Einräumen stören da nur. Man könnte ja einen Schwatz mit der Verkäuferin halten. In den etwas teureren Supermärkten gibt es oft auch etwas mehr Fläche. Womöglich zahlt man durch die höheren Preise hier die paar Sekunden mehr Einraumzeit mit.

Die Kassierer schieben alles zusammen. Überleben Blumen, Obst und Gemüse das?

Da muss man ein Auge drauf behalten. Neulich wurden mir tatsächlich die Narzissen geköpft, aber ich bekam schnell Ersatz. Allerdings legt der Kunde seine Waren ja auch gern etwas ungünstig aufs Band. Alles schön aufgehäuft ist ein beliebtes Muster. So wie die Kassierer aber alles durchschieben, ja fast werfen, kriegt man schon manchmal den Eindruck, dass die gute Ware fast lieblos behandelt wird. Je schneller das Scanner-Geräusch, desto nerviger wird die Sache.

Der Stress fing an, als die Scannerkasse nach Deutschland kam. 30, 40, 50 Artikel pro Minute schaffen die Kassierer heute. Aber die Kunden stehen unter Stress...

Ja, man braucht da ein gut improvisiertes Packsystem. Zuerst das Harte und Schwere, dann das Lockere und Leichte, sonst hängt man mit seinem Berg an Waren, muss zahlen und kommt mit dem Einräumen nicht hinterher. Mit Kartenzahlung geht es auch mal schneller. Aber wir wissen ja, wie es ist, wenn die Leute erst mal ihr ganzes Münzgeld noch zusammenkransen.

Die Trenner, die helfen, so dass Kunde 1 noch einpacken kann, während Kunde 2 schon abkassiert wird, gibt es in nur wenigen Läden. Schade, oder?

Witzig, ich musste jetzt erst kurz nachdenken, welche Trenner Sie meinen. Und ich

dachte erst an den Waren-trenner auf dem Band. Aber natürlich, die Trenner beim Einräumen. Die kenne ich zuletzt aus der Kindheit. Das war eigentlich eine raffinierte Erfindung. Dabei hat man sich ja mal was gedacht. Dass es schnell gehen soll, dass aber der andere Kunde, der eben dran war, auch noch in Ruhe packen soll. Eigentlich ist das ein gutes Beispiel, wie praktische Innovationen irgendwann wieder verschwinden, wenn neue Effizienzkriterien die Oberhand gewinnen.

Warum eigentlich sollen die Kunden so schnell wie möglich weg aus dem Kassensbereich?

Es ist natürlich dieses typische Abflusskonzept. Die Kassenzonen sind ruckzuck verstopft. Sie sehen das ja in diversen Märkten. Viele fragen sich, wie es möglich ist, alle Kassen gleichzeitig besetzt zu haben und trotzdem gefühlt endlos im Stau zu stehen. Und dabei geht das da vorne ja schon recht zügig zu. Aber man merkt auch schnell, wenn neue Kassierer eingewiesen werden und neu dabei sind. Dann dauert es eben länger. Wir Kunden werden natürlich auch schnell ungehalten, wenn man länger stehen muss. Mancherorts gab es sogar kleine Entschädigungen bei langen Wartezeiten, die dann aber wieder abgeschafft wurden, weil das selbst wieder zu aufwendig war und dauerte.

»Der Kunde muss heute mitarbeiten«

Ist das nicht alles total kundenunfreundlich? Die Konzerne geben den Takt vor, die Kassierer müssen ihn umsetzen und die Kunden damit zurechtkommen. Warum wird der Stress auf den Kunden verlagert?

Der Kunde muss heute mitarbeiten, kooperative Kundenschaft sozusagen. Er wird in die Wirtschaftlichkeitsordnung eines Marktes „eingespart“, ohne es überhaupt zu bemerken. Die Verantwortlichen stellen sich das natürlich so vor, dass Kunde und Kassierer sich gegenseitig beobachten und jeder den anderen dazu bringt, es schnell und effizient über die Bühne zu bringen. Kunden ticken aber natürlich auch ein bisschen ambivalent: Es soll alles schön schnell gehen, aber wenn wir an der Reihe sind, ja dann doch bitte einen Tick langsamer.

Der Kunde als Mitarbeiter. Aber das ist doch eigentlich nicht seine Rolle im Supermarkt, oder?



Marcel Schütz kam zum Studium nach Bielefeld, heute unterrichtet er an der Uni. Foto: Kevin Knoche

Ich würde sagen, das ist Teil der Optimierung der Märkte, dass man sich den Kunden ein Stück weit so „konditioniert“, dass er geschmeidig zum gewünschten Betriebsablauf beiträgt, sich einpasst. Wir wissen aber ja auch, zumindest abstrakt, dass wir im Supermarkt überall etwas manipuliert werden: Die Art und Weise, wie die Waren verkaufsförderlich aufgestellt sind, wie wir durch die Gänge geleitet werden, wie Sortimente auch laufend verschoben werden. Ein Supermarkt ist eben auch ein leicht suggestives Verkehrs-

leitsystem.

Je schneller an den Kassen abgefertigt wird, desto weniger Personal wird gebraucht. Für die Supermarkt-Chefs kann es wahrscheinlich nicht schnell genug gehen...

Die Grenzen liegen bei der Arbeitszufriedenheit. Ich habe selbst während der Abi-Zeit im Markt gejobbt, Getränkepaletten gepackt. Jeden Tag, Hunderte Kisten. Natürlich ein gutes Fitnessprogramm. Aber ich hatte doch meine Ruhe. Wer ordentlich zupackte, war sein eigener Chef. Und so ist es in

den Abteilungen der Märkte immer noch, wenn die Leute dort länger arbeiten und geschätzt werden.

Überall sieht man ja, wie geräumt und gemacht und getan wird. Die Leute sind auf Zack. Da wird es sicher viele Chefs geben, die das auch sehen und anerkennen und versuchen, die Arbeit so einzuteilen und zu verteilen, dass es den Angestellten auch passt. Aber natürlich: Dieser stressige Job, immer superfreundlich und genauso flott und fleißig zu sein, das kann nicht jedem gefallen.

Zur Person

◆ Marcel Schütz wurde an der Uni Oldenburg in Wirtschafts- und Sozialwissenschaften promoviert.

◆ Er unterrichtet an der Uni Bielefeld und der Northern Business School Hamburg. Zuvor war er als

Personalreferent in Unternehmen tätig. Er kam zum Studium nach Bielefeld, wo er sehr gern gelebt hat, wie er sagt. Sein Forschungsgebiet ist die Organisationssoziologie, die sich mit den sozialen Abläufen zwischen

Führungskräften, Beschäftigten und Kunden befasst.

◆ Privat ist er noch ein fleißiger Supermarktgänger, mag es aber, im Internet zu shoppen und nach interessanten Angeboten zu stöbern.

Bei dem Scan-Tempo in den meisten Supermärkten hat man eigentlich nur eine Chance: Alles zurück in den Wagen werfen. Und dann packe ich es am Auto in Taschen?

Als Student ging ich mit meinem Mitbewohner immer in einen Markt in Brackwede. Und er wollte stets den Einkaufswagen nehmen, erst alles dort hineinlegen, dann kassieren, dann wieder in den Wagen legen und dann in die Rucksäcke packen. Wie kompliziert, meinte ich. Er meinte, er drehe durch, wenn ihm die Sachen förmlich entgegenflögen und er das Zeug mit Mühe und Not in den Rucksack pressen müsste. Eigentlich hatte er recht. Viele Kunden, die nicht mit dem Auto kommen, flüchten aber lieber mit dem ganzen Zeug erst mal an die unbesetzte Nebenkasse oder an die Abfallerimer, um dort alles fertig zu packen. Der dauerpiepende Superscanner hat vor allem eines bewirkt: Dass man so schnell wie möglich aus der Kassenzone flieht.

In südlichen Ländern packen die Kassierer die Waren in Tüten. Für die Kunden ist das deutlich stressfreier. Wäre das auch bei uns möglich?

Das gibt es ja bei uns auf Vorbestellung. Dass man seine Tüte packen lassen kann und einfach abholt, ohne großen Stress. Aber wenn Sie mich so fragen: Ich glaube, an der Kasse selbst ist das was anderes. Hier packen die Leute nach ihrer eigenen Vorstellung. Es ist so, wenn man es sehr eilig hat und schnell wieder weg muss, dann holt man sich einfach seine Tüte. Man hat ja keinen Einfluss darauf. Aber wenn man selbst dabei ist, dann will man es auch selbst tun. Der Job der Supermarktangestellten hat sich auch gewandelt. Früher war jeder in seiner Abteilung oft mehr oder weniger fest. Obst und Gemüse, Getränke, Fleischtheke. Wenn kein Kunde kam, wartete man einfach, bis einer kam. Heute sind die Leute viel flexibler eingeteilt. Es springt jeder mal zwischen allen Stellen.

Sonst wird doch im Supermarkt immer auf eine angenehme Atmosphäre geachtet: Gedimmtes Licht, kaum noch Durchsagen. Wie passt das mit der Stresssituation an der Kasse zusammen?

Fast hätte ich gesagt: Gegensätze ziehen sich an. Das Einkaufsradio, dort wo es abgespielt wird, geht vielen Leuten ja latent auf den Keks. Ich hoffe, ich spreche jetzt nicht zu sehr von mir (lacht). Vor allem die Eigenwerbung ist im-

mer witzig. Wenn die Werbespots für die Hähnchenschnitzel der Woche mit einer Art Experten-Schaltz zu jemandem in der Marketingabteilung verbunden werden. Wir sollen selbst die Produkte noch für „News“ halten, in der Hoffnung, dass wir ihnen unser Vertrauen schenken. So ist das halt, ein Markt will verkaufen. Deshalb werden die Regale schöner, auch griffreundlicher und beim Licht geht man neue Wege.

Manche Konzerne wie Ikea und Real setzen auf Selbstscanner. Ist das die Lösung?

Die Selbstscanner sind eine interessante Sache. Gewissermaßen die letzte Stufe auf dem Weg zum „Kundenmitarbeiter.“ Da gehen die Leute, wie man sieht, recht unterschiedlich mit um. Manche haben Angst, sie könnten etwas falsch machen, andere sehen nicht ein, dass sie selbst ihre Waren abkassieren. Es steht ja ein echter Mitarbeiter in der Nähe und sieht zu. Assistierte Bezahlen könnte man sagen.

»Die Waren sind halt eine echte Kassierbremse«

Aber gerade wenn man wenige Teile hat und viele an der „echten“ Kasse anstehen, scheint das eine Alternative zu sein. Die Kassiererin in einem Supermarkt versicherte mir, dass die Einführung dieser Selbstzahlkassen aber zu keinem Personalabbau führe – habe ihnen die Marktleitung gesagt. Offenbar ist es wichtig, das sofort zu klären. Man könnte schließlich auf Ideen kommen.

Haben Sie Tipps, wie man die Kassierer in Sachen Schnelligkeit austricksen kann?

Gewissermaßen Tempolimit-Tricks? Ich nehme zum Beispiel hin und wieder auch mal frisches Kleingebäck, Brötchen und so etwas aus der Backstation mit. Die Tüte und dann noch die verschiedenen Obstsorten lege ich eher in die Mitte des Bandes. Das müssen die Kassierer wohl oder übel alles einzeln eintippen. Die Waren sind halt eine echte Kassierbremse. So gewinnt man ein paar Sekunden und kann die ersten durchgelaufenen Sachen schonmal „in Ruhe“ verpacken, damit der Nachschub auch noch passt. Tja, Not macht erfinderisch. Wer schon mitarbeiten muss, kommt auf eigene Ideen.

Das Interview führte Ariane Mönikes

Diese Bielefelder Instagram-Accounts sollten Sie kennen

Ob Essen, Handwerk oder Ausflugstipps: Bielefeld ist vielfältig. Auf Instagram gibt es zahlreiche Accounts, die das zeigen. Die *Neue Westfälische* hat eine Auswahl kreativer Kanäle zusammengestellt.

Jana Marie Bertermann

■ **Bielefeld.** Mindestens genauso vielfältig wie die Stadt selbst sind auch die Instagram-Kanäle, die es über Bielefeld und die Menschen, die hier leben, gibt. Die *Neue Westfälische* gibt Tipps, welche kreativen Accounts Sie kennen sollten.

bielefeld_places

Auf ihrem Instagram-Kanal „bielefeld_places“ teilt Franziska Beckmann eigene Fotos von den ihrer Meinung nach schönsten Orten der Stadt. Zwar zeigt sie auch die Klassiker wie Sparrenburg, Obersee und Kachelhaus, lässt sie ihre

fast 12.000 Follower aber aus neuen Perspektiven betrachten.

foodlovers_bielefeld

Gutes und leckeres Essen macht bekanntlich nicht nur satt, sondern auch glücklich. Das wissen wohl auch die knapp 1.000 Follower des Instagram-Accounts „foodlovers_bielefeld“. Das gastronomische Angebot der Stadt ist groß, da kann es schwerfallen, sich zu entscheiden. Doch der Kanal verrät Bielefelder Foodspots, die es wert sind, ausprobiert zu werden.

bielefeldermenschen

Bielefeld hat knapp 330.000

Einwohner. Doch wer sind all diese Menschen? Der Instagram-Kanal „bielefeldermenschen“ stellt Gesichter der Leineweberstadt vor. In jedem Post wird beschrieben, wie die Person, die auf dem jeweiligen Foto zu sehen ist, das Zusammenleben in Bielefeld bereichert.

bielefeld_guide.de

Mit dem „Bielefeld Guide“ kommt keine Langeweile auf. Ob die schönsten Strecken für Fahrradtouren, die besten Aussichtspunkte oder Second-Hand-Läden der Stadt – auf der Webseite www.bielefeld-guide.de gibt es vielfältige Tipps für eine kreative Frei-

zeitgestaltung. Restaurants, Cafés und Bars werden ebenfalls empfohlen. Auf Instagram hat der Kanal über 14.000 Follower.

bielefeldstreetart

Streetart gibt es nicht nur in New York, London oder Berlin. Auch in Bielefeld sind zahlreiche Graffiti zu finden. Der Instagram-Kanal „bielefeldstreetart“ mit knapp 1.100 Followern präsentiert verschiedene Motive aus dem Stadtgebiet.

bielefeldhistorisch

Wie sah eigentlich der Alte Markt im Jahr 1920 aus? Und welche Geschäfte gab es 1959

auf dem Jahnplatz? Auf dem Instagram-Kanal „bielefeldhistorisch“ gibt es die Antworten. Hier werden Fotos aus vergangener Zeit veröffentlicht, die zeigen, wie es in Bielefeld einst ausgesehen hat.

handwerkkausbielefeld

Bielefelder sind kreativ – das zeigt der Instagram-Kanal „handwerkkausbielefeld“. Ob als Hobby oder professionell, wer sich gerne handwerklich betätigt und mit dem Hashtag #handwerkkausbielefeld ein Foto seines Kunstwerkes auf Instagram teilt, hat die Chance, dass dies auf dem Kanal erscheint und so einige Menschen erreicht.

Coronafälle in Bielefeld

