

SWR2 Zeitwort

26.06.1974:

Supermarkt-Artikel werden mit Stichcode markiert

Von Carsten Heinisch

Sendung: 26.06.2020

Redaktion: Elisabeth Brückner

Produktion: SWR 2020

SWR2 Zeitwort können Sie auch im **SWR2 Webradio** unter www.SWR2.de und auf Mobilgeräten in der **SWR2 App** hören – oder als **Podcast** nachhören:
<https://www.swr.de/~podcast/swr2/programm/swr2-zeitwort-podcast-100.xml>

Bitte beachten Sie:

Das Manuskript ist ausschließlich zum persönlichen, privaten Gebrauch bestimmt. Jede weitere Vervielfältigung und Verbreitung bedarf der ausdrücklichen Genehmigung des Urhebers bzw. des SWR.

Die SWR2 App für Android und iOS

Hören Sie das SWR2 Programm, wann und wo Sie wollen. Jederzeit live oder zeitversetzt, online oder offline. Alle Sendung stehen mindestens sieben Tage lang zum Nachhören bereit. Nutzen Sie die neuen Funktionen der SWR2 App: abonnieren, offline hören, stöbern, meistgehört, Themenbereiche, Empfehlungen, Entdeckungen ...

Kostenlos herunterladen: www.swr2.de/app

Autor:

Die Zehnerpackung eines Kaugummis, die am 26. Juni 1974, heute vor 46 Jahren, in einem Supermarkt in Ohio über das Kassensystem geht, sollte Geschichte schreiben. Nein, es kommt dabei nicht auf das Kaugummipäckchen an, geschichtsträchtig ist die Art, wie es kassiert wurde: Zum ersten Mal wurde nämlich eine Scannerkasse eingesetzt. Sie erfasste mit einem Lesegerät das auf der Packung aufgedruckte Strichmuster, und die Kasse holte dann aus einer Computerdatenbank den passenden Preis.

Kurze Rückblende: Früher erhielt jeder einzelne Artikel in einem Laden beim Einräumen ins Regal ein Preisetikett. Bei einem Sonderangebot wurde umetikettiert. Wenn man Glück hatte, stand auch nach Ablauf des Angebots eine Dose im Regal, auf der noch das Sonderetikett klebte. Und wenn man Pech hatte, dann war das Etikett abgegangen, und die Kassiererinnen mussten den Preis erst in Erkundung bringen: Ausnahme war die Discounterkette Aldi: Hier mussten die Kassiererinnen die Preise für jeden Artikel auswendig lernen und von Hand eintippen. Die Aldi-Kassiererinnen waren die schnellsten der Welt. Sie wurden sogar besser bezahlt als branchenüblich, stand dem höheren Lohn doch der eingesparte Aufwand für die Etikettierung gegenüber.

Aber es sollte auch anders gehen, mit einer technischen Lösung. Ende der 1940er-Jahre befassten sich zwei amerikanische Ingenieure mit dem Problem. Sie kamen auf die Idee, Produktinformationen mit fluoreszierender Tinte auf die Packungen zu drucken. Mit UV-Licht sollten sie dann ausgelesen werden. Schön gedacht, aber leider nicht massentauglich. Als die beiden bei einem Strandaufenthalt Linien in verschiedenen Abständen in den Sand zeichneten, fiel ihnen die Ähnlichkeit mit Morsesignalen auf. Daraus leiteten sie das Konzept des Strichcodes ab. Ein solcher Code verspricht viele Vorteile: Jeder Artikel ist eindeutig zu identifizieren, der Warenverkehr und die Lagerhaltung werden automatisierbar. Vor allem aber ist kein Preisetikett an der Ware mehr nötig, es reicht ein Preisschild am Regal. Und das fehlerträchtige und teure Eintippen der Preise entfällt. 1952 gab es dafür ein Patent. Dummerweise war das Patent nutzlos, es gab nämlich nicht die extrem hellen Lampen, die nötig waren, diese Strichcodes auszulesen. Der Durchbruch kam erst 1969, als der Handel nach Möglichkeiten der Rationalisierung suchte. Da war das Patent schon abgelaufen. Unter Rückgriff auf das Konzept wurde ein vereinheitlichter Code entwickelt, der sogenannte Universal Product Code. Mittlerweile gab es auch lichtstarke Laser, die den Code dann auslesen sollten.

Treibende Kraft für die Einführung dieser Neuerung war der amerikanische Handelsriese Walmart. Mit seiner Nachfragemacht konnte der Konzern den nötigen Druck auf die Produzenten ausüben, sodass sie den Code ab 1973 auf jede Verpackung druckten. Das Zeitalter der Scannerkassen begann dann mit dem Kauf jenes Kaugummipäckchens am 26. Juni 1974.

Europa zog nach. In einem Normierungsgremium wurde ein Gegenstück zu dem amerikanischen Code entwickelt, die Europäische Artikelnummer EAN mitsamt dem passenden Strichcode. Sie wurde 1976 eingeführt, 1977 stand die erste deutsche Scannerkasse in einem Augsburger Supermarkt. Es dauerte aber fast ein Vierteljahrhundert, bis sie sich in der Breite durch setzten. Erst zur Jahrtausendwende, als die Euro-Einführung bevorstand, übernahm Aldi als letzte große Handelsgruppe in Deutschland den Strichcode und die Scannerkassen. Und die Überraschung war groß: Sie waren deutlich langsamer als die fingerfertigen Kassiererinnen.

Das hat sich mittlerweile geändert. Da ist die verbesserte Scantechnik, vor allem aber werden die Strichcodes mittlerweile auf mehrere Seiten der Verpackung aufgedruckt, sodass sich ein Produkt in jeder Lage scannen lässt. Und so wird heute schneller kassiert, als der Kunde seine Sachen in den Einkaufswagen einräumen kann.