

Der Einkaufsroller

Präsentation Feldforschung

Francisco Peier
Flavio Vogel

Soziologie / Design
DD-Theorieseminar
Christoph Müller

Departement Design
Vertiefung Industrial Design
ZHdK 2014



Migros Adliswil, Samstag 15.05.14, 12:23 Uhr

Recherche Arbeit



1.1 Definition

Duden Universalwörterbuch

Eintrag: Einkaufsroller

Gestell mit zwei Rädern und einem taschenähnlichen Behältnis zum Transportieren der Einkäufe.

Oxford Dictionary

Eintrag: shopping trolley

A bag or basket on wheels for carrying shopping, in particular a large wire basket on wheels provided for the use of supermarket customers.

1.2 Zielgruppe und Benutzer

- hauptsächlich zu Fuss unterwegs
- Einkäufe in Tasche transportieren
- Personen können/dürfen kein Auto benützen
- krafttechnisch eingeschränkt?

Senioren-Innen



Schwangere Frauen



Stadtbewohner



1.3 Bedürfnisse

- Transport von Einkäufen ohne Kraftaufwand
- Überwinden von Hindernissen unterwegs
- Benützung ÖV möglich

1.4 Anforderungen

- Stauraum
- Fortbewegung
- Handhabung
- Ergonomie
- Beständigkeit
- Reparatur

1.5 Homepage Analyse Andersen

(www.andersen-shopper.de)

Andersen Shopper® Manufaktur – Willkommen

www.andersen-shopper.de

Google Google Maps ZHdK Arts Designer Design Blogs Design Studios Designgeschichte Tools Webseite Pinterest Entrepreneur YouTube Leo 5F Tagesschau Youtube Download Wikipedia Apple News Beliebt

Andersen®
SHOPPER MANUFAKTUR

Produktangebot Das Unternehmen Händlersuche Service Messdaten Kontakt

Andersen®
SHOPPER®

DIE MARKE
Seit mehr als 55 Jahren stellt die Andersen Shopper Manufaktur das Original der rollenden Einkaufstasche im familieneigenen Unternehmen in Satrup her. Die Andersen Produkte für Familie, Freizeit und Einkauf auch in Kombination mit dem Fahrrad vereinen seit jeher traditionell hochwertige, qualitative und innovative Lösungen für den individuellen Bedarf.

DER ÖKOLOGISCHE NUTZEN
Nicht nur für die Umwelt, auch für die eigene Gesundheit lohnt es sich, dass Auto auch mal stehen zu lassen und mit dem Shopper® los zu gehen. Vor allem in Verbindung mit einem Fahrrad schafft man einen ‚Kofferraum‘, durch den der Transport des Einkaufs oder der Freizeitausrüstung kein Problem ist.

DIE NEUHEITEN
Mit dem **Tura Shopper®** erweitert Andersen die Familie der Shopper®, die mit dem 3-Wege-System Griff ausgestattet sind. Der Tura Shopper® fährt auf besonders großen Rädern und kann mit äußerst großen Taschen versehen werden, so dass er als Shopper® für Familie und Freizeit bestens geeignet ist.
Gleichzeitig wurde der **3-Wege-System Griff** technisch überarbeitet. Er ist jetzt noch komfortabler zu bedienen. Man drückt lediglich den silbernen Knopf am Griff runter, stellt ihn in die für sich bequemste Positionen ein und lässt ihn dann einrasten.

**TURA SHOPPER®
ALUMINIUM**

- hauptsächlich junge, modebewusste Erwachsene
- keine Senioren
- diverse Designpreise

Konzept Feldforschung

2.1 Fragestellung

- **1.** Der Einkaufsroller ist eher ein Attribut für ältere Personen. Weshalb werben die Hersteller mit jungen Leuten?
- **2.** Warum benutzen die 12-45 jährigen Personen kaum einen Einkaufsroller?
- **3.** Mit welchen gestalterischen Eingriffen könnte der Einkaufsroller ein größeres Zielpublikum erreichen?
- **4.** Der Einkaufsroller wird voraussichtlich mehr von Frauen benützt. Was steckt dahinter? (Designtechnisch, Vorurteile und kultureller Hintergrund)
- **5.** Der Einkaufsroller ist konzipiert für das Transportieren von Einkäufen. Für welche weiteren Tätigkeiten wird er benützt?

2.2 Untersuchungsaufbau

- 2 verschiedene Standorte
- 2 unterschiedliche Wochentage zur selben Zeit
- Vorkommen und Transportwege (HB, Tramhaltestelle, Unterwegs)

Stadt

Migros Limmatplatz
Stadt Zürich

Montag 15.00
Samstag 12.00

Aglomeration

Migros Adliswil
Adliswil

Montag 15.00
Samstag 12.00



Forschungsablauf

3.2 Standortwahl

- unauffälliger, übersichtlicher Standort
- zu zweit im Gespräch
- fremde Dinge auf dem Tisch (Kaffe und Kuchen)
- gute Position für Kamera
- unsichtbar für Zielpersonen platzieren
- Fotografieren unauffällig mit Mobiltelefonkamera

Resultate & Rückschlüsse

Feldforschung
 Plavko Vogel
 Francisco Peter

logie lular

PERSON

PERSON	W	Alter	Adjektiv	Gross	Klein	Farbe	Räder
1	X	15					2
2	X	15					2
3	X	40	ASIA				2
4	X	25					2
5	X	40					2
6	X	70					2
7	X	60					2
8	X	55					2
9	X	40					2
10	X	35					2
11	X	20					2
12	X	10					2
13	X	16					2
14	X	16					2
15	X	16					2
16	X	16					2
17	X	16					2
18	X	16					2
19	X	16					2
20	X	16					2
21	X	16					2
22	X	16					2
23	X	16					2
24	X	16					2
25	X	16					2
26	X	16					2
27	X	16					2
28	X	16					2
29	X	16					2
30	X	16					2
31	X	16					2
32	X	16					2
33	X	16					2
34	X	16					2
35	X	16					2
36	X	16					2
37	X	16					2
38	X	16					2
39	X	16					2
40	X	16					2
41	X	16					2
42	X	16					2
43	X	16					2
44	X	16					2
45	X	16					2
46	X	16					2
47	X	16					2
48	X	16					2
49	X	16					2
50	X	16					2
51	X	16					2
52	X	16					2
53	X	16					2
54	X	16					2
55	X	16					2
56	X	16					2
57	X	16					2
58	X	16					2
59	X	16					2
60	X	16					2
61	X	16					2
62	X	16					2
63	X	16					2
64	X	16					2
65	X	16					2
66	X	16					2
67	X	16					2
68	X	16					2
69	X	16					2
70	X	16					2
71	X	16					2
72	X	16					2
73	X	16					2
74	X	16					2
75	X	16					2
76	X	16					2
77	X	16					2
78	X	16					2
79	X	16					2
80	X	16					2
81	X	16					2
82	X	16					2
83	X	16					2
84	X	16					2
85	X	16					2
86	X	16					2
87	X	16					2
88	X	16					2
89	X	16					2
90	X	16					2
91	X	16					2
92	X	16					2
93	X	16					2
94	X	16					2
95	X	16					2
96	X	16					2
97	X	16					2
98	X	16					2
99	X	16					2
100	X	16					2

MODELL

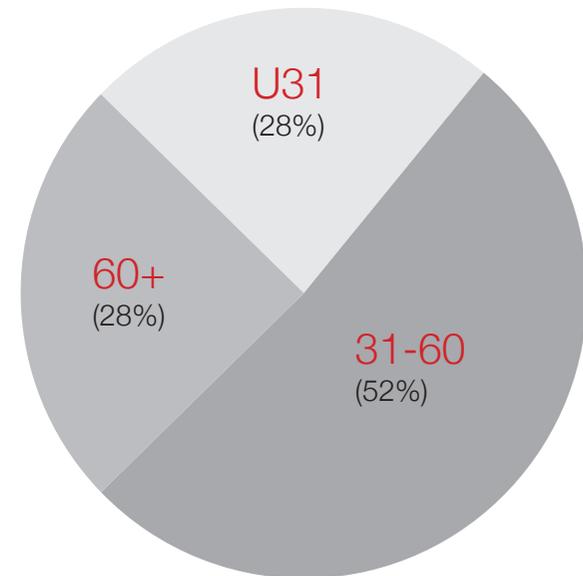
MODELL	Gross	Klein	Farbe	Räder
1			ROT	2
2			BLAU	2
3			BLAU	2
4			BLAU	2
5			BLAU	2
6			BLAU	2
7			BLAU	2
8			BLAU	2
9			BLAU	2
10			BLAU	2
11			BLAU	2
12			BLAU	2
13			BLAU	2
14			BLAU	2
15			BLAU	2
16			BLAU	2
17			BLAU	2
18			BLAU	2
19			BLAU	2
20			BLAU	2
21			BLAU	2
22			BLAU	2
23			BLAU	2
24			BLAU	2
25			BLAU	2
26			BLAU	2
27			BLAU	2
28			BLAU	2
29			BLAU	2
30			BLAU	2
31			BLAU	2
32			BLAU	2
33			BLAU	2
34			BLAU	2
35			BLAU	2
36			BLAU	2
37			BLAU	2
38			BLAU	2
39			BLAU	2
40			BLAU	2
41			BLAU	2
42			BLAU	2
43			BLAU	2
44			BLAU	2
45			BLAU	2
46			BLAU	2
47			BLAU	2
48			BLAU	2
49			BLAU	2
50			BLAU	2
51			BLAU	2
52			BLAU	2
53			BLAU	2
54			BLAU	2
55			BLAU	2
56			BLAU	2
57			BLAU	2
58			BLAU	2
59			BLAU	2
60			BLAU	2
61			BLAU	2
62			BLAU	2
63			BLAU	2
64			BLAU	2
65			BLAU	2
66			BLAU	2
67			BLAU	2
68			BLAU	2
69			BLAU	2
70			BLAU	2
71			BLAU	2
72			BLAU	2
73			BLAU	2
74			BLAU	2
75			BLAU	2
76			BLAU	2
77			BLAU	2
78			BLAU	2
79			BLAU	2
80			BLAU	2
81			BLAU	2
82			BLAU	2
83			BLAU	2
84			BLAU	2
85			BLAU	2
86			BLAU	2
87			BLAU	2
88			BLAU	2
89			BLAU	2
90			BLAU	2
91			BLAU	2
92			BLAU	2
93			BLAU	2
94			BLAU	2
95			BLAU	2
96			BLAU	2
97			BLAU	2
98			BLAU	2
99			BLAU	2
100			BLAU	2

PERSON

PERSON	W	Alter	Adjektiv	Gross	Klein	Farbe	Räder
1	X	10					2
2	X	50					2
3	X	20					2
4	X	40					2
5	X	25					2
6	X	50					2
7	X	50					2
8	X	50					2
9	X	50					2
10	X	50					2
11	X	50					2
12	X	50					2
13	X	50					2
14	X	50					2
15	X	50					2
16	X	50					2
17	X	50					2
18	X	50					2
19	X	50					2
20	X	50					2
21	X	50					2
22	X	50					2
23	X	50					2
24	X	50					2
25	X	50					2
26	X	50					2
27	X	50					2
28	X	50					2
29	X	50					2
30	X	50					2
31	X	50					2
32	X	50					2
33	X	50					2
34	X	50					2
35	X	50					2
36	X	50					2
37	X	50					2
38	X	50					2
39	X	50					2
40	X	50					2
41	X	50					2
42	X	50					2
43	X	50					2
44	X	50					2

4.1 statistische Auswertung

- mehr Rechtshänder als Linkshänder
 - mehr Frauen (Benutzung)
 - mehr Männer, als erwartet (fast ausgeglichen)
 - Farbe des Trolley hauptsächlich schwarz
 - Punktmuster sehr beliebt
 - mehr kleinere Modelle
 - U31 (28%), 31-60 (52%), 60+ (28%)
 - die meisten sind Schweizer (Aussehen)
-
- beliebt Tasche auf Einkaufsroller
 - 3-Räder Treppenläufer sieht man fast kaum



4.2 vermutlich beabsichtigte Nutzungen

- ein grosses, aber beschränktes Einkaufsvolumen komfortabel von A nach B zu transportieren
- separate Nutzung des Gestells für andere Transporte (Elektrogeräte, Harass)



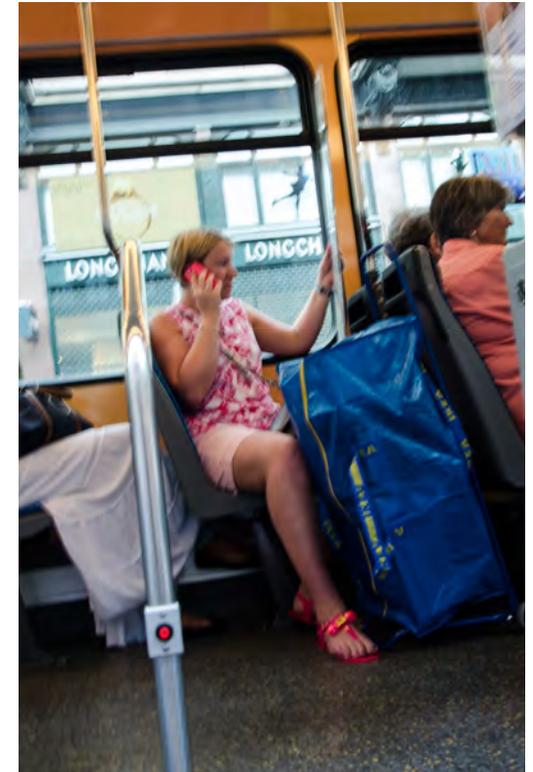
Bahnhofstrasse, 10.05.14, 17:35 Uhr



Bahnhofstrasse, 10.05.14, 16:55 Uhr

4.3 vermutlich nicht beabsichtigte Nutzungen

- nicht gedacht als Kinderwagen/ Spielzeug
- keine Ferien (Koffer)
- anderer Transport z.B. Garette
- Einkäufe in Möbelhäusern/Gartenzentren



Bahnhofstrasse, 10.05.14, 16:43 Uhr

4.4 faktisch beabsichtigte Nutzungen

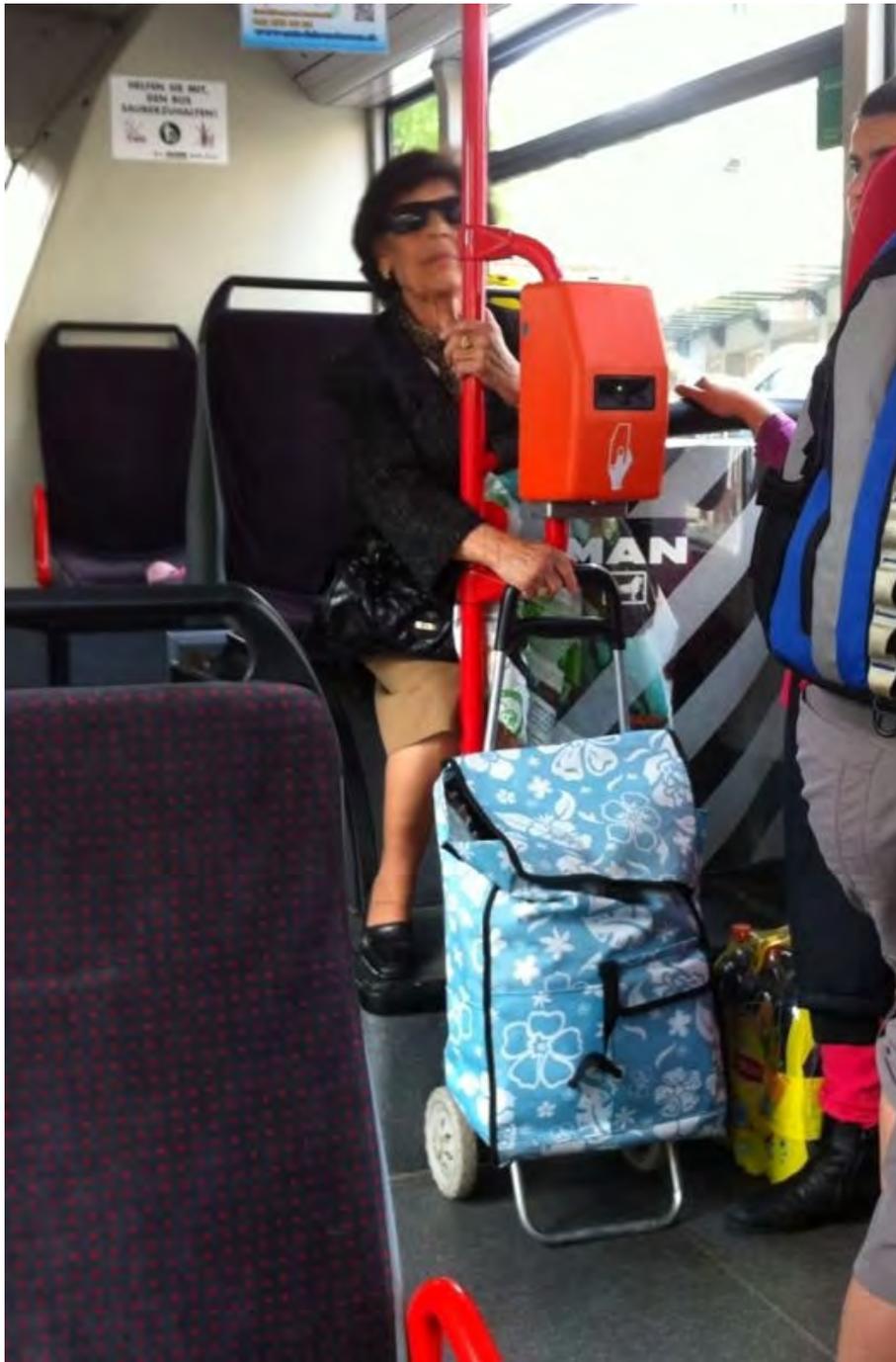
- Transport von Harassen und Elektrogeräten
- Umbau zu transportablen Stereoanlage



Migros Limmatplatz, 10.05.14, 15:20 Uhr

4.5 faktisch nicht beabsichtigte Nutzungen

- nicht armfreies Einkaufen (Zug)
- Hindernisse im ÖV (Reisekomfort)
- Transportprobleme
- nicht genügend Stauraum



Leimbach, 05.05.14, 16:27 Uhr



Adliswil, 07.05.14, 16:25 Uhr



Migros Heuried, 03.05.14, 14:32 Uhr

4.6 Erkenntnisse

- Aufkommen richtet sich nach Einkaufszeiten
- Einkaufsroller wird bei der Kasse parkiert
- Einkaufsroller wird oft auch nicht bei der Kasse parkiert
- Junge Leute besitzen und nutzen auch einen Einkaufsroller
- das klassische Model dominiert (2 Räder, schwarz)
- Benutzung von Mann und Frau ziemlich ausgeglichen
- Material Freitagtasche beliebt bei jungen Personen.



Migros Limmatplatz, 17.05.14, 12:20 Uhr

4.7 Probleme

Laden

Mitnehmen:
(in Kombination mit Einkaufswagen)

- keine freie Hand zum Einkaufen
- Hindernis
- Wendigkeit (grosse Gänge, wenig Leute)
- Umladen nach Bezahlung

Parkieren:

- Sicherheit
- Platz vorhanden? (von Architekten eingeplant)
- Umladen nach Bezahlung

Transport

- Hindernisse auf Strasse (Stufen)
- ÖV (Fixierung, Ein/Ausstieg, Platzwahl)



Migros Adliswil, 17.05.14, 12:25 Uhr



Kalkbreite, 10.05.14, 11:55 Uhr

Fazit

Rückblick und Zusammenfassung der Erkenntnisse über den Einkaufsroller

Der Transport von Einkäufen, vom Laden nach Hause, zählt seit Langem zu unseren alltäglichen Aufgaben. Einst wurden die Einkäufe noch mit dem Leiterwagen nach Hause gezogen, heute steht uns der praktische Einkaufsroller als „Transport-Werkzeug“ zur Verfügung.

Die Entwicklung dieses Transportsystems umfasst einerseits die Benutzer bedingten Bedürfnissen der leichten Fortbewegung bei grosszügiger Füllmenge als auch die Produktionstechnischen und Material bedingten Veränderungen der zeitgemässen Herstellungsverfahren. Die aktuellen Modelle sind simpel und reduziert, die Hauptfunktion ist immer noch der Transport.

Der Einkaufsroller kann durchaus als Manifestation des Konsums betrachtet werden. Wer sein Haus mit einem Einkaufsroller verlässt, kommuniziert automatisch: Ich gehe einkaufen.

Zu den positiven Aspekten des Einkaufsrollers zählt die körperliche Bewegung. Dank den grossen Modellen lassen sich problemlos auch Grosseinkäufe zu Fuss, per Fahrrad oder mit der ÖV erledigen. Unterwegs besteht die Möglichkeit auf Bekannte zu treffen und wer Zeit hat, gestaltet seinen Einkaufsbummel gemütlich auf dem Marktplatz.

Wer beim Einkaufen auf die Fahrt mit dem Auto verzichtet, schont dadurch die Umwelt. Aus den Beobachtungen lässt sich wiederum schliessen, dass eine optimale Nutzung des Einkaufsrollers nur unter einer Vielzahl an erfüllten Bedingungen möglich ist. Unebene Bodenbeläge, Stufen oder Treppen werden für einen gefüllten Einkaufsroller schnell zum Hindernis.

Als besonders interessant hat sich der Ablauf im Warenhaus erwiesen. Wir stellten uns die Frage ob die „Parkplätze“ der Einkaufsroller, beim Eingang oder bei der Kasse, bereits während der Gebäudeplanung, durch den Architekten in den Grundrissentwurf flossen?

Seit geraumer Zeit kann man in den grossen Warenhäuser, Migros und Coop, ein neues Einkaufssystem nutzen. Der Kunde erhält vor Ort einen portablen Handscanner und registriert seine Einkäufe direkt beim Regal. Für Kunden mit Einkaufsroller eine optimale Lösung, weil sie dadurch den Einkaufsroller weder beim Parkplatz unbeaufsichtigt stehen lassen müssen, oder zusammen mit dem Einkaufswagen durch den Laden gehen müssen. Wir stellten aber fest, dass das System vorwiegend von jüngeren Leuten genutzt wird, somit bedarf es einer grundsätzlichen Änderung des Einkaufsverhalten von älteren Leuten. Das erwähnte System hat auch Konsequenzen für das Warenhaus selbst. Einerseits die

Reduktion der Angestellten an der Kasse, andererseits entsteht dadurch ein zusätzliches Risiko, dass nicht alle Produkte gescannt werden. Das Problem der Regal-Gliederung ist dadurch auch noch nicht gelöst. Auch beim neuen System landen das empfindliche Obst und Gemüse zuunterst im Einkaufsroller.

Ausgehend von der Vermutung, dass der Einkaufsroller nur von älteren Leuten genutzt wird, zeigte die genaue Beobachtung vor Ort, dass vor allem Personen zwischen 30 und 60 von ihm Gebrauch machen.

Wir vermuten, dass der Einkaufsroller für viele Leute noch immer ein Attribut der Senioren ist. Durch diese vorbelastete Wahrnehmung verzichten zur Zeit vor allem junge Leute freiwillig auf die praktischen Vorteile des Einkaufsrollers.

Wir können uns jedoch trotzdem vorstellen, dass der Einkaufsroller eines Tages sogar als modisches Accessoire „in“ sein könnte. Bei den Berufsschülern macht der Rollkoffer dem Rucksack bereits erhebliche Konkurrenz.

besten Dank.

Soziologie / Design
DD-Theorieseminar
Christoph Müller

Departement Design
Vertiefung Industrial Design
ZHdK 2014