

Medienquelle

Internet / [Paywall](#)

Autor

Silvia Flier

Visits

1.171.578

## Discounter kontrollieren per Sensor

Lidl und Aldi Nord setzen jetzt im großen Stil Sensoren ein, um Langzeitparker zu entlarven, ohne kaufende Kunden zu vergraulen. Tests laufen auch bei Aldi Süd, Edeka, Rewe, Rossmann, McDonald's und Kik.

Die Discounter Lidl und Aldi Nord installieren derzeit großflächig Sensoren auf ihren Kundenparkplätzen, um das mitunter massive Problem von Fremd- und Dauerparkern in den Griff zu bekommen. Nach LZ-Informationen rollt Lidl die Technik deutschlandweit aus, Aldi Nord im gesamten Vertriebsgebiet. Vorausgegangen waren lokale Pilotprojekte seit Herbst 2018.

Lidl selbst kommentiert die Rollout-Pläne nicht. Aldi Nord bestätigt die Ausweitung des Sensorsystems auf "die meisten unserer Regionalgesellschaften", Tendenz steigend. Zurzeit werden bereits 150 bis 200 Parkplätze mithilfe der Hightech-Lösung überwacht, so Aldi Nord auf LZ-Anfrage. Vor rund einem Jahr waren es gerade einmal vier - von je zwei Test-Filialen in Osnabrück und Leipzig.

Die auf den Boden geklebten Sensoren kommen nicht flächendeckend zum Einsatz. Sie sind immer dort installiert, wo Parkplatzmangel herrscht. Etwa in Innenstädten, in denen viele Fremd- und Langzeitparker die kostenlosen, eigentlich exklusiv für Lidl- und Aldi-Kunden bestimmten Parkplätze okkupieren und so Parkraum sowie Umsatz schmälern. Denn genervte Konsumenten, die vergeblich einen Parkplatz suchen, kommen seltener. Oder gar nicht, wenn sie die Einkaufsstätte wechseln - schlimmstenfalls für immer.

Hightech ersetzt Parkscheibe

Die Bodensensoren dienen quasi als Parkscheibe 4.0, als digitales Pendant zur Papier-Variante, die bisher vielerorts hinter die Windschutzscheibe geklemmt werden musste. Mit der neuen Technik, einer Spielart des Internet of Things, ist das nun hin-fällig.

Die handgroßen elektromagnetischen Sensoren, die mittig auf jeden einzelnen Stellplatz geklebt und durch eine integrierte Batterie mit Strom versorgt werden, registrieren, wenn ein Auto über ihnen abgestellt wird. Und sie erfassen, ob und wann die zulässige Höchstparkdauer überschritten wird. Ist die Maximalzeit von 60 bis 120 Minuten abgelaufen, meldet der Sensor das drahtlos per Langstreckenfunk LoRa (Long Range Radio) über eine Zentralstation in die Cloud. Die Daten aus der Cloud sind via Internet in Echtzeit abrufbar; eine Handy-App visualisiert den Belegungsstand.

Fremdparker müssen Strafe zahlen

So können die Kontrolleure des Parkraumbewirtschafters Parksünder sofort lokalisieren - rot markiert auf einem Dashboard - und Strafzettel verteilen. Knöllchen für die "Überschreitung der Freiparkzeit" schlagen bei Lidl mit bis zu 30 Euro zu Buche, bei Aldi mit 19,90 Euro.

Nach LZ-Informationen arbeitet Lidl bei der Sensor-Supervision mit dem Stuttgarter Dienstleister Park & Control (Apcoa) und dem Düsseldorfer Dienstleister Safe Place zusammen, Aldi Nord ausschließlich mit Safe Place. Technologie-Lieferant ist in beiden Fällen das Nürnberger Tech-Start-up Smart City System mit seiner Lösung Parking Pilot. Während sich Lidl und Aldi Nord im Rollout befinden, laufen bei Händlern wie Aldi Süd, Edeka, Rewe, Rossmann und Kik sowie der Fast-Food-Kette McDonald's erste Tests.

Die Nachfrage ist verständlich, das dahinter liegende Problem virulent: Berufspendler und Menschen, die Besorgungen in der Nähe erledigen, blockieren die kostenlosen Supermarktplätze für tatsächliche Kunden. Deshalb beauftragen immer mehr Filialisten externe Dienstleister mit der sogenannten Parkraumbewirtschaftung.

Wenn abgestellte Autos das festgelegte Zeitlimit überschreiten, verhängen diese privatrechtliche Vertragsstrafen. Verbraucher werden üblicherweise auf Schildern aufgefordert, eine Parkscheibe zu verwenden, die zeigt, wann sie ihren Pkw verlassen haben.

Kundenbeschwerden als Problem

Das Problem: Auch Kunden, die die Schilder übersehen oder keine Parkscheibe zur Hand haben, erhalten Knöllchen - auch wenn die Händler in der Regel dafür sorgen, dass die Zahlungsaufforderung nach Vorlage des Einkaufsbons zurückgezogen wird. Trotzdem bleiben oft vergrätzte Kunden zurück, die ihrem Ärger in Sozialen Medien und Leserbriefen Luft machen.

Die innovative Technik soll nun Kundenbeschwerden den Wind aus den Segeln nehmen. Das klappt den Angaben beider Discounter zufolge gut. "Mit dieser Vorgehensweise, zwischen Lidl-Kunden und Falschparkern zu differenzieren, haben wir gute Erfahrungen gemacht", so Lidl gegenüber der LZ.

Ein Problem kann aber auch die Hightech-Lösung nicht lösen: Unberechtigte Dauerparker werden sich weiter über Bußgelder von 20 oder 30 Euro ärgern und im Freundeskreis, in den Sozialen Medien oder in der Lokalpresse gegen den Händler wettern.