

Ernst Sommerauer über Trends und Anforderungen im Ladenbau

Kommentar des Vertriebsleiters Österreich der Aichinger
Einrichtungsbau GmbH



*Ernst Sommerauer von Aichinger Ladenbau im Interview zur Hybrid-Fleischrei
Höller. © Beigestellt*

Kunden und Sortiment. Die Standort- ist mit der

Kundenanalyse eng verknüpft . Bei einem neuen Standort und auch bei einem Umbau stellen sich immer diese Fragen: Wer sind meine Kunden und welche möchte ich neu gewinnen? Warum sind diese meine Kunden oder warum sollen diese meine Kunden werden? Ein verkehrsgünstiger Standort mit Parkplätzen spricht neben den Donnerstags- bis Samstagseinkäufern zusätzlich von Montag bis Freitag Handwerker und Mitarbeiter im Außendienst zu einer Jause oder Mittagstisch an. Mittlerweile aber auch berufstätige Eltern mit Kindern, die ein schnelles, aber dennoch hochwertiges Angebot zum Mittags- oder Abendessen benötigen. Durch den Trend zum Homeoffice, auch nach Corona, ist das Jausen- und Mittagsgeschäft im Umfeld von Behörden und Bürogebäuden rückläufig. Dafür hat es sich im Umfeld von Schulen und Studieneinrichtungen wieder erholt.

Bei einem bestehenden Standort lohnt sich ein Blick auf die Kunden, um den Laden und das Sortiment zu gestalten. Singles, kaufkräftige Dinks (Double Income, No Kids), gut situierte Silver Ager, alleinstehende ältere Menschen sprechen hochwertige selbstgemachte Teil- oder Voll-Convenienceprodukte, Saucen, Suppen, Verpacktes, neue Cuts und hochwertiges Grillfleisch an. Auch Hunde- und Katzenliebhaber sind potenzielle Kunden. Metzger, die für die Mitbewohner mit Fell ihren Kunden frisches BARF anbieten, wissen von guten Umsätzen und Erträgen zu berichten. Bei Standorten ohne Nahversorger in Umfeld empfiehlt sich das Angebot von handwerklich hergestellten Produkten für den täglichen Bedarf: Aufstriche, Eier, Kartoffeln, Nudeln, Öl, Essig, Gemüse – und auch Molkereiprodukte.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at