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

Welcher Laden für welche

unternehmerischen Ziele?

Der Laden ist die Bühne des handwerklichen Könnens und für alle Betriebe der wichtigste Vertriebsweg. Diese Bühne muss bestmöglich und wirtschftlich zu bespielen sein. Nur so fühlt sich der Kunde angesprochen und ist bereit, einen angemessenen Preis zu bezahlen oder gar Impulskäufe zu tätigen. Das hat vor allem die jüngste Vergangenheit bewiesen. Selbst bei Betrieben, die ein starkes und stabiles Außer-Haus-Geschäft aufgebaut haben, macht der Umsatz im Laden häufig mehr als 60 % aus, bei den meisten sind es sicherlich 80 % und mehr.

Ladenbau ist mehr

… als einen schönen Laden einzurichten: Es gilt, die Aufgabe ganzheitlich und vor allem unternehmerisch zu betrachten, denn Lage, Kundenstruktur, Konzept, Produkte, Mitarbeiterqualifikation, Prozesse und die eigene Unternehmensstruktur sind wesentliche Faktoren. Es gilt, bei diesen Faktoren den Ist-Zustand mit dem Blick von außen und unvoreingenommen aufzunehmen. In dieser Phase ist der Ladenbauer als Fragender, guter Zuhörer und als Berater gefragt. Aus den Informationen gilt es, die Zielsetzungen, die mit dem Neu- oder Umbau verbunden sind, herauszuarbeiten und zu priorisieren.

Viele Inhaber bauen ein-, zweimal um und brauchen für die Entscheidungen Zeit – vor allem wenn zwei Generationen am Tisch sitzen. Ein neuer Standort, das Angebot erweitern oder reduzieren? Einen Imbiss oder Mittagstisch etablieren? Neue Konsumentenmilieus und Zielgruppen ansprechen? Lösungen für den Personalmangel finden: SB-Angebote, Bestell- und Bezahl-App mit Abholfächern und verkürzten Öffnungszeiten? Diese Fragen sind vor der ersten Skizze zu beantworten.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at