

## Keep it simple! Ernst Sommerauer von Aichinger über 24/7-Smart-Stores

Autonome Läden, 24/7-Läden oder Smart-Stores: Die Begriffsvielfalt ist gegenwärtig genauso groß wie das Interesse, aber gleichermaßen auch die Unsicherheit. Fleisch & Co spricht darüber mit dem führenden Anbieter im Ladenbau für das Frische-Handwerk in Österreich. Ernst Sommerauer leitet den Vertrieb von Aichinger in Österreich, hat bereits eine Metzgerei gebaut, die zu bestimmten Öffnungszeiten autonom betrieben wird, plant eine zweite und eröffnet in wenigen Tagen den ersten teilautonom betriebenen Bäckerladen in Österreich.



*Customer Journey, Kundenkommunikation, Flächenlayout und Raumökonomie werden bei einem Smart-Store neu gedacht. © Aichinger*

**Fleisch & Co: Eine Eröffnung hier, ein Pilotprojekt dort, das Top-Thema bei der Pressekonferenz der **SUFFA**. Smart-Stores**

## **sind offenbar das In-Thema. Ist das nur ein medial gemachter Hype oder auch Thema bei Ihren Gesprächen mit Interessenten und Kunden?**

**Ernst Sommerauer:** „Ja, damit beschäftigen sich unsere Kunden und wir sehr stark. Bei 90 Prozent aller angefragten Gespräche und Planungen wird uns die Frage gestellt, wie verkauft werden kann, wenn keine Mitarbeitende im Laden stehen.“

## **Fleisch & Co: Was sind die Gründe für das große Interesse an Smart-Stores?**

**Ernst Sommerauer:** „Drei Gründe: Es fehlen Mitarbeiter, Mitarbeiter und Mitarbeiter. Es geht zumeist nicht um ein verlängertes 24/7-Angebot, sondern darum, kürzere Öffnungszeiten zu vermeiden. Sicherlich wird auch gelegentlich in Betracht gezogen, mit einem autonomen **SB-Laden** einen Standort zu besetzen, für den es kein geeignetes Ladenlokal vor Ort gibt oder die Betriebskosten zu hoch erscheinen. Zudem haben die Fleischer, die während der Corona-Pandemie **Automaten** aufgestellt, **Bestell-Apps** installiert haben, erlebt, dass zunehmend mehr Kunden das Angebot annehmen – auch nach der Pandemie. Zudem etabliert sich das **Self-Scanning** im Handel.“

## **Fleisch & Co: Apropos Kosten: Stehen diese im Verhältnis zu den erwartbaren Erträgen? An manchen Standorten schließen die ersten Smart-Stores bereits wieder ...**

**Ernst Sommerauer:** „Diese Frage ist berechtigt und wird mir in den Gesprächen ebenfalls immer gestellt. Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel war mit der Eröffnung des ersten

Smart-Stores 2016 stark von Tech-Unternehmen getrieben, die einen hohen technischen Aufwand betreiben. In den vergangenen Jahren haben sich aus den sehr pragmatischen Anforderungen aus dem Direktvertrieb von landwirtschaftlichen Produkten marktfähige und verhältnismäßig kostengünstige Systeme entwickelt. Ich kann nur empfehlen: keep it simple.“

## **Fleisch & Co: Wie bringen Sie sich als Ladenbauer ein?**

**Ernst Sommerauer:** „Bei Umbauten im Bestand ist bei der Planung die Zugangs- und Ausgangssituation zu definieren, welche Bereiche im autonomen Bereich zugänglich sein sollen, wie diese optisch ansprechend abzutrennen und der Verkaufsraum attraktiv zu gestalten ist und wie möglicherweise Teile der **Bedientheke** integriert werden können. Dies ist mit unserem Glasaufsatz **Filou FLixx** möglich, der mit wenigen Handgriffen von einer Bedien- in eine SB-Theke umgewandelt werden kann. Zudem ist der Checkout zu gestalten. Anders ist das bei einem neuen Standort zu betrachten. Für den ist eine Infrastruktur erst zu schaffen.“



*Neben Know-how zur Integration der Technik braucht es Ladenbau-Expertise, damit sich der Kaufende ohne Personal angesprochen und wohlfühlt. © Aichinger*

## **Fleisch & Co: Ist es mit der gestalterischen und technischen Umsetzung getan?**

**Ernst Sommerauer:** „Bestimmt nicht. Mehr als bei einem herkömmlichen Laden ist eine detaillierte und ehrliche Standort- und Kundenanalyse notwendig, um Chancen und Risiken abzuwägen. Bei einem bestehenden Standort sind anhand der Kassen- und Warenwirtschaftssysteme die frequenz- und umsatzschwachen Tage und Tageszeiten zu definieren, an denen ein autonomer Betrieb möglich wäre. Wir verstehen uns als Schnittstellenberater und als Systemintegrator in einen Laden, der vor allem eines soll: attraktiv für Kunden sein und Geld verdienen. Zudem braucht es auch unsere Expertise bei der **Customer Journey**.“

## **Fleisch & Co: Dann nehmen Sie uns auf die Customer Journey mit, die bei Smart-Stores oft schon beim Betreten endet, weil das Smartphone nicht zur Hand ist.**

**Ernst Sommerauer:** „Ja, das Einkaufen ist möglichst barrierefrei zu gestalten – nicht nur räumlich. Ich empfehle den Zugang mit einer **EC-** oder **Kreditkarte**. Den Zugang ausschließlich über einen QR- Code, NFC-Technik mit dem Smartphone oder eine personalisierte Kundenkarte schließt bereits zu viele potenzielle Kunden aus.“

## **Fleisch & Co: Der Zugang ist geschafft und dann?**

**Ernst Sommerauer:** „Die Kommunikation mit dem Kaufenden ist das Entscheidende. Zumindest in der Anfangszeit ist zu empfehlen, dass ein Mitarbeiter vor Ort ist, bei Fragen hilft oder zumindest telefonisch zu erreichen ist. Wenn dies nicht möglich ist, dann ist eine interaktive Sprachführung ideal. Der Kaufende fühlt sich nicht alleine.“

## **Fleisch & Co: Wie funktioniert jetzt der 24/7-Einkauf?**

**Ernst Sommerauer:** „Smart-Stores im Lebensmitteleinzelhandel setzen Wiegesystem unter Regalböden und Kamerasysteme über Regalen und KI ein, um

den Einkauf dem Kaufenden bis zum Bezahlvorgang zuzuordnen. Die Technik ist sehr aufwändig und auch kostenintensiv. Ich empfehle, die Ware mit einem **Barcode-Etikett** oder einem RFID-Etikett auszustatten – und natürlich den Laden mit 360-Grad-Kameras zu versehen. Dies hat sicherlich bei Langfingern ein gewisses Abschreckungspotenzial.“

## **Fleisch & Co: Der Einkauf ist hiermit geschafft. Wie läuft nun die Bezahlung?**

**Ernst Sommerauer:** „Wie beim Zugang ist ein möglichst barrierefreier Ausgang zu empfehlen. Bei Produkten, die mit einem Barcode ausgezeichnet sind, ist dies mit einem Barcodescanner einfach möglich. Beim System mit einem **RFID-Etikett** werden das Produkt und der Preis automatisch beim Einlegen in den Kassenschacht erkannt. Es gibt Anbieter, die sogar neben dem Bezahlen mit EC- und Kreditkarte auch das Bezahlen mit einem Bargeldautomaten anbieten. Das ist vor allem in ländlichen Regionen zu empfehlen.

## **Fleisch & Co: Ist damit die Reise abgeschlossen?**

**Ernst Sommerauer:** „Für den Kaufenden schon, aber nicht für den Verkäufer. Entscheidend ist, wie sich der Bezahlvorgang in das Kassen- und Warenwirtschaftssystem integrieren lässt. Diese Frage ist ganz zu Beginn zu klären, um einen kostenintensiven Parallelbetrieb zu vermeiden.“



*Ernst Sommerauer, Vertriebsleiter Aichinger Österreich. © Beigestellt*

### **AICHINGER - The Best for Fresh Food on Stage**

**Aichinger** ist einer der führenden Anbieter für kreatives Shop-Design und innovative Qualitätsprodukte „Made in Germany“. Ernst Sommerauer ist der Leiter des Vertriebs der Aichinger GmbH Österreich.

Als Multispezialist schafft Aichinger emotionale Fresh-Food-Erlebniswelten, die Einkauf und Genuss verbinden.

Multispezialist bedeutet:

- Kompetenzbündelung der Bereiche Ladenbau/Kühlmöbel
- Lichtdesign und -konzepte von we-shoplight
- Edelmöbel von birkenstahl

Das Aichinger-Versprechen: *„Erfolg lässt sich einrichten.“*

*Autor: Volker Simon*

**Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](http://fleischundco.at)**