Genuss-Metzgerei Lettner: Erfolgsfaktoren für mehr Umsatz und Ertrag

Brigitte und Stefan Lettner haben ihren Betrieb umgebaut – und ihre unternehmerische Risikobereitschaft hat sich bereits ein Dreivierteljahr nach der Eröffnung ausgezahlt.

© WAHL-Architekturfotografie

Zwei Häuser gekauft, Laden mit großem Gastrobereich eröffnet. Brigitte und Stefan Lettner sind mitten in der Corona-Pandemie in die Vollen gegangen. Die unternehmerische Risikobereitschaft hat sich trotz Corona bereits ein Dreivierteljahr nach der Eröffnung ausgezahlt: Der Umsatz von Fleisch- und Wurstwaren hat sich auch dank einer neuen Thekenanordnung, Kundenführung und des Lichtkonzepts deutlich erhöht.

Stefan Lettner ist seit 2000 selbstständig. Bis 2014 führte er die vormalige Fleischhauerei Schöppl in Pacht, kaufte das Gebäude. Als **Genuss-Metzgerei Lettner** machte er sich mit den Spezialitäten in der Stadt Altheim und im Innviertel einen Namen. Mittlerweile kommen Kunden im Umkreis von 25 km. Der zweite Fleischerbetrieb in der 5.000-Einwohner-Stadt schloss 2019, im gleichen Jahr kauften Brigitte und Stefan Lettner die beiden neben dem bisherigen Ladengeschäft leer stehenden Geschäftshäuser. Trotz der im Ort ansässigen Discounter und Supermärkte Billa, Penny, Hofer und Spar und eines vielfältigen Gastronomieangebots investierten die beiden in einen 280 m2 großen Laden mit großem Gastrobereich. Geplant und gebaut wurden dieser von **Aichinger**.

Brigitte & Stefan Lettner© Beigestellt

Der Weg zur Genuss-Metzgerei

„Er hat uns sehr gut zugehört und unsere Vorstellungen hervorragend umgesetzt, aber auch seine Erfahrung eingebracht“, beschreibt Stefan Lettner die Zusammenarbeit mit Andreas Raab. „Die Planungsgespräche waren sehr klar in den Aussagen und strukturiert, das hat den Prozess vereinfacht“, bestätigt der Projektleiter von Aichinger. Schnell brachte er mit aussagekräftigen 3-D-Planungen die Ideen auf den Punkt: maximale Einsehbarkeit des Ladens und des Gastrobereichs an der Straßenfront, eine Kundenführung mit getrenntem Ein- und Ausgang und ein gegenüber dem vorherigen Laden gespiegelter Thekenverlauf. Erfolgsfaktoren für mehr Umsatz und Ertrag.

3-D-Visualisierungen helfen bei der Planung© Aichinger

Eingang und Ausgang sind portalartig komplett verglast, geben den Blick für Passanten in den Laden frei. Um die Aufenthaltsqualität vor dem Laden zu verbessern, wurde die Glasfront mit Schiebetüren etwa 1,50 m ins Gebäudeinnere eingezogen. Der Kunde sieht in direkter Sichtachse vom Eingang die Fleischtheke; zunächst wird sein Blick auf das links vom Eingang positionierte Kühlregal mit selbst produzierten und abgepackten Produkten und gekühlten Getränken gelenkt. Das Kühlregal wird links von einem Gefrierschrank mit Sichtscheibe flankiert, in dem hausgemachte Convenience-Produkte angeboten werden. Stefan Lettner ist von der Akzeptanz, Umsatz und Ertrag der hausgemachten TK-Convenience-Produkte positiv überrascht worden. Gleiches gilt für den rechts

positionierten Reife- und Präsentationsschrank für Dry-Age-Fleisch. Vor allem Grillfans nehmen das Angebot sehr gut an. Daneben werden ausgesuchte Produkte wie Eier, Nudeln, Honig, Öle von örtlichen Erzeugern angeboten.

Monitore schaffen Aufmerksamkeit

Die über den Kühltheken angebrachten Monitore von Shop-IQ wirken wie ein Puffer, bevor der Kunde vor der Wurst- und Fleischtheke steht oder an der Heißen Theke die Bestellung aufgibt. Auf den Bildschirmen werden die Angebote und die Wochenkarte dargestellt. Die Positionierung fördert zudem die Entscheidungsfindung und die Wahrnehmung für die Angebote. Monitore schaffen Aufmerksamkeit und Orientierung. Das gilt auch für das Licht. Die Fleisch- und Wurstwaren werden schonend und nahezu unsichtbar mit LEDs in den Bedientheken beleuchtet, weshalb über den Theken in transparenten Glaskugeln sehr akzentuiertes und war- mes Licht gesetzt wird. Damit kommen auch die in Spachteltechnik erstellte Rückwand und die Fliesen zur Geltung.

Bedientheke, schräg gestellt

Die Fleisch- und Wurstwaren werden in der Aichinger Kühltheke Sirius®3 (8 lfm) in Bedienung angeboten. Nicht nur die Z-förmige Anordnung der Bedientheke, sondern auch die Form und die Höhe ist außergewöhnlich. Statt dem senkrecht stehenden Glasaufsatz wurde diese in einer Sonderanfertigung schräg gestellt. Zudem steht die Theke auf einem 12 cm hohen Podest. Beides zusammen ermöglicht eine Sichtfeld-optimierte Warenpräsentation. Die Arbeitsfläche dahinter wurde stufenfrei als Rampe ausgeführt.

200 Leberkäs-Semmeln täglich

Mit Erfolg: Stefan Lettner freut sich über mehr Umsatz. Er arbeitet zumeist im Vorbeeitungsraum, ist nur durch ein großes Fenster und eine Glastüre vom Laden getrennt. Damit ist er für die Kunden sichtbar und kann zudem schnell hinter die Bedientheke, wenn die Frequenz steigt und Stammkundschaft im Laden ist, die gerne beim Chef einkauft.

Apropos Stammkundschaft: 200 Leberkäs-Semmeln gehen täglich über die Bedientheke. Und obwohl in Verlängerung der Bedientheke eine Heißtheke mit 3,8 lfm steht, werden diese

noch immer an der Wurstttheke präsentiert und verkauft. Die warmen Speisen werden in vier GN-Behältern in der Aichinger Warmtheke Gourmet präsentiert, daneben in einer Kühlvitrine Salate. Die Tagesessen werden direkt in der dahinter lie- genden Ausgabeküche portioniert. Zwei bis drei Mitarbeiter geben mittags von 11 bis 13 Uhr bis zu 100 Mittagessen aus. Wer möchte, der isst im Metzgerstüberl. Gut 70 % werden als Take-away verpackt mitgenommen. Stefan Lettner bewirbt das Angebot auf Face-book. Das Angebot und die Qualität haben sich in Altheim und Umgebung schnell herumgesprochen.

Autor: Volker Simon

© WAHL Architekturfotografie

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at