

Handel

Wenn das Weckerl klingelt

Der Spar-Supermarkt an der Wirtschaftsuniversität Wien spielt technologisch alle Stückeln. Professoren und Studenten sind gleichermaßen vom Digital Leadership Store begeistert.

Per App das Lieblingsweckerl bestellen, bei Betreten des Marktes via iBeacon an die Bestellnummer erinnert werden, vorbei am Digital Signage, auf den elektronischen Regaletiketten kurz Preise checken und schließlich an den Self-Checkouts die Ware selbst scannen und bargeldlos bezahlen – und das alles in nur wenigen Minuten. Der Spar-Supermarkt am Campus der Wirtschaftsuniversität Wien ist in den vergangenen Monaten zum Digital Leadership Store ausgebaut worden mit dem Ziel, Kunden trotz hoher Besucherfrequenz ein zeitsparendes Einkaufserlebnis zu bieten. Die innovativen Technologien, die ab sofort den Testbetrieb starten, läuten ein neues digitales Zeitalter für den österreichischen Handel ein und sind erst der Beginn auf dem Weg zum Spar-Supermarkt der Zukunft.

„Gern sehe ich das ja nicht, wenn meine Studenten am Handy während der Vorlesung ihr Weckerl für die Pause zusammensetzen. Aber das ist Teil der Innovationen, die uns Spar in diesem 250 m² großen Markt zur Verfügung stellt“, sagt Univ.-Prof. Peter Schnedlitz, der Chef des Instituts für Handel und Marketing an der WU Wien, mit einem Augenzwinkern beim Pressetermin vergangenen Mittwoch. Denn die Forschungskooperation mit seinem Institut gab Spar viele Inputs und treibt technische Innovationen voran.

Jausenbestzeit mit Spar-App

Der Spar-Markt am Campus der WU hat sich aufgrund des studentischen Publikums vor allem auf ein umfangreiches Snackangebot und Convenience-Artikel spezialisiert. „Zu Vorlesungsschluss waren früher Warteschlangen an der Frischetheke und im Kassenbereich keine Seltenheit“, sagt Alois Huber, Spar-Geschäftsführer für Ostösterreich, „daher sind wir besonders stolz auf unsere jüngste Innovation – die Spar-App ‚Snack away‘.“ Mit der App kön-



Univ.-Prof. Peter Schnedlitz, WU Wien, Hans K. Reisch und Alois Huber (beide Spar; v. l.) haben das Konzept des Vorzeige- und Testmarktes am WU-Campus erläutert. Spar/Brunnbauer (3)

nen User ihr eigenes Weckerl nach ihren Wünschen schon im Hörsaal konfigurieren, bestellen und kurz darauf fix und fertig in der Filiale abholen. Zur Auswahl stehen rund 3000 Weckerlvariationen, die Vorlaufzeit beträgt rund eine halbe Stunde. Zusätzlich können über die App Säfte, Obst und andere Snackartikel bestellt werden. „Das fertige Jausensackerl steht im Kühlbereich in einer Kühlbox zur Abholung bereit, wer dann an den Self-Checkouts bargeldlos bezahlt, sitzt binnen weniger Minuten wieder im Hörsaal“, so Huber. Betritt der Kunde den Markt, bekommt er via iBeacon die Abholnummer seines Jausensackerls direkt auf sein Handy. Die App bietet eine Reihe weiterer Zusatzfeatures und könnte nach erfolgreicher Testphase auf alle Spar-Standorte ausgerollt werden.

Cash wird überflüssig

Spar hat bereits vor Jahren Selbstbedienungskassen – sogenannte Self-Checkouts – eingeführt. An mittlerweile 23 Standorten nutzen zwischen 25 und 45 % der Kunden die Möglichkeit, selber zu scannen und bargeldlos zu bezahlen. Als erstes österreichisches Handelsunternehmen testet Spar nun an insgesamt drei Standorten in Wien und Graz Cashless-Self-Checkouts. Die neuen NFC-fähigen Kassen sind platzsparend und ermöglichen das Bezahlen mit Bankomat- und allen gängigen Kreditkarten sowie mit Spar-Gutscheinkarte. Daneben stehen den Kunden am WU-Campus auch Bedienungskassen zur Verfügung.

Elektronische Preisetiketten

Umdasch Shopfitting entwickelt exklusiv für Spar die neue Generation der elektronischen Preisauszeichnung: ESL.inclusive (Electronic Shelf Labels) verbindet alle Vorteile elektronischer Regaletiketten mit umweltschonender, funktionaler Techno-

logie und ist somit einzigartig im österreichischen Lebensmittelhandel. Die neue Schienenlösung, durch die bis zu sieben Etiketten von einer Batterie mit Strom versorgt werden können, verspricht eine nachhaltigere und einfachere Wartung; eine Lösung mit Solarenergie wird schon angedacht. Durch die Möglichkeit, den Etikettentext dreifärbig und völlig autonom auszuspielen, sind Aktionen und Mengenrabatte für Kunden noch besser erkennbar – ähnlich einem guten E-Book. Die Rechte für das ESL.inclusive hat sich Spar für ein



Alois Huber und Hans K. Reisch an den neuen Cashless-Self-Checkouts.

Jahr exklusiv im österreichischen Lebensmittelhandel gesichert.

„Dank unserer Unternehmenskultur sind wir immer auf der Suche nach innovativen Ideen und bahnbrechenden Kooperationen. In der Zusammenarbeit zwischen dem Spar-eigenen Digital Innovation Forum, dem Institut für Handel und Marketing der Wirtschaftsuniversität Wien und vielen externem Partnern wie Umdasch Shopfitting sind wir bemüht, für den Handel Technologien zu schaffen, die den Anforderungen eines modernen Handelsunternehmens entsprechen. Nun gilt es, diese Innovationen intensiv zu testen, um den Nutzen für unsere Kunden zu optimieren“, so Spar-Vorstand Hans K. Reisch.

FRI

Kampagne zum Markenwechsel

Seit Jahresanfang ist C+C Pfeiffer Teil des erfolgreichen, europaweit agierenden Gastronomie-Großhändlers Transgourmet. Transgourmet ist das zweitgrößte Cash&Carry und Foodservice-Unternehmen Europas und als Spezialist für die Gastronomie tätig. Der Markenwechsel zu Transgourmet wird von einer breit angelegten Print- und Online-Kampagne in Gastronomie-Fachmedien sowie in Social-Media-Kanälen begleitet. Die Kampagne markiert den Start von Transgourmet in Österreich und zeigt auf, dass sich außer dem Namen nichts ändert. „Wir bleiben das Beste für die heimische Gastronomie“, erklären die beiden Geschäftsführer Thomas Panholzer und Manfred Hayböck.

Transgourmet stellt sich in der Inseratenkampagne, in Kunden-Mailings sowie am PoS vor. „Bewährtes bleibt bestehen“, erklärt Alexandra Holzmann, Marketingleiterin von Transgourmet, die den Change-Prozess leitet. „In enger Abstimmung aller Kanäle kommunizieren wir unsere Werte und setzen auf den starken Wiedererkennungseffekt der früheren Marke. Die bisherigen Leistungen des Unternehmens bilden dabei die Basis für den Erfolg der neuen Marke.“

Bewährtes bleibt

Bis auf den Namen bleibt der heimische Gastronomie-Großhandels-Marktführer seinen Werten, die Gastronomen seit mehr als 50 Jahren zu schätzen wissen, treu. Unter dem Claim „C+C Pfeiffer wird Transgourmet. Wir bleiben das Beste für die Gastronomie!“ werden in vier verschiedenen Sujets die Themenfelder Mitarbeiter, Abholung, Zustellung sowie Sortiment beworben. Die engagierten Transgourmet-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dienen dabei als Aushängeschild des Unternehmens: Transgourmet setzt als Zeichen der Verbundenheit – wie schon in der Vergangenheit – auf eigene Mitarbeiter als Teil der Kampagne.

Die Image-Kampagne startet im März in Print- und Onlinemedien, bevor die Standorte umgebrandet werden. Ziel ist es, die neue Marke konsequent und erfolgreich am heimischen Markt einzuführen und die Gastronomen umfassend zu erreichen.

Die Standorte, die Ansprechpartner, die beliebten Aktionen, die Vielfalt an nationalen Spezialitäten aus Österreich, der Mix aus Abholung und Zustellung sowie Spezial-Angebote mit Cook2.0 Exquisit, Trinkwerk und Java bleiben unverändert. Transgourmet ist überlegener Marktführer in der Schweiz und hat auch in Deutschland, Frankreich, Polen, Rumänien und Russland eine starke Marktposition. RED

» Newsticker

+++ NAH&FRISCH Der „Verein zur Sicherung der Grundversorgung“ aus der Nachbargemeinde Strem entschied, ein 50 m² großes Geschäft im n. Eberau zu übernehmen und die Nahversorgung mit „Unser Geschäft in

Eberau“ zu sichern. Lieferpartner ist Brückler. **+++ MERKUR** Die Verbrauchermarktschiene von Rewe erweitert ihr Bio-Sortiment nun um die umweltfreundliche Naturkosmetiklinie alviana aus dem Hause Alnatura.

+++ SPAR Die Höhe der für die besten Legehennenbetriebe aufgewendeten Prämien summe stieg im Vergleich zur letzten Auszahlung um acht Prozent auf rund 131.000 Euro. **+++ ADEG Kaufmann Siegfried Grabner** hat

im Zentrum von Pöllau (Stmk.) seinen zweiten Markt eröffnet. **+++ BIPA** Im Shopping-Center huma eleven in Wien 11 hat die jüngste bipa-Filiale auf über 450 m² eröffnet **+++ UNIMARKT** startet mit der Österr. Post

AG die Zustellung von Lebensmitteln auch am Samstag. Wer auf shop.unimarkt.at bis Freitag, 16.00 Uhr, bestellt, erhält am nächsten Tag seinen Wochenendeinkauf geliefert. **+++ SECURE PAYMENT TECHNOLOGIES** Das

österreichische Unternehmen, Entwickler der innovativen Smartphone-Zahlungslösung „Blue Code“, hat vor Kurzem auf der Messe EuroCIS den deutschen Preis „Top Produkt Handel 2016“ in Bronze gewonnen.