

SHORT

Mehrheit der Apotheker ist gegen Filialketten

Wien. 56% der Wiener Apotheker sprechen sich gegen eine Liberalisierung aus. Die Umfrage des Marktforschungsinstituts Kreuzer Fischer & Partner unter 82 Apothekern in Wien ergab weiters, dass das Hauptargument gegen eine Filialisierung die Angst vor dem organisatorischen Aufwand ist. 24% der Befragten sehen im Besitz von mehreren Filialen Vorteile durch Synergieeffekte. Wie berichtet kritisiert die EU-Kommission unter anderem das Verbot der Bildung von Apothekenketten in Österreich. (APA)

Neues Parkdeck für OBI-Markt Hadikgasse



Zur Wiedereröffnungsfeier ab 13.9. lockt der Gewinn eines VW Fox.

Wien. Nach nur vierwöchiger Bauzeit präsentiert sich der OBI-Markt in der Hadikgasse mit neuem Parkdeck und einem eigenen Kassenbereich im Obergeschoß. Die Kosten belaufen sich auf über 2 Mio. €. Als Franchisepartner von OBI betreibt die Sochor & Co GmbH den Markt in der Hadikgasse sowie vier weitere Standorte in Ostösterreich. Die Baumarktkette OBI erzielte 2005 mit 493 Märkten weltweit einen Gesamtumsatz von 6,6 Mrd. €.

Billa: Spendenaktion für die Roten Nasen

Wien. Vor fünf Jahren startete Billa die Aktion „Billa-Kinderapfel“. Weitere Früchte für kleine Kinderhände folgten. Nun werden ab September 5 Cent pro Packung gesammelt und dem Kinderspitalprogramm Rote Nasen Clowndoctors zur Verfügung gestellt. Außerdem werden in den rund 1.000 Billa-Filialen die roten Schaumstoffnasen der Clowndoctors zu einem Spendenbeitrag von 1,50 € per Stück angeboten. Begleitet wird die Aktion von einem Gewinnspiel, bei dem ein Luxus-Familien-Wochenende in einem Thermenhotel an Billa-Kunden verlost wird.

Danler eröffnet neuen Friseurshop in Wien

Wien. Michael Danler und Friseur präsentieren ihren neu eröffneten Shop am Bauernmarkt 18 in einem Store-Konzept, das ganz auf die Zusammenarbeit mit Aveda abgestimmt ist. Neben dem Vertrieb von Aveda-Produkten soll sich der Aveda-Gedanke auch in der Atmosphäre des Shops durch Verwendung von Kirschholz und Granit widerspiegeln. Seit der Zusammenarbeit mit Aveda habe man den Verkaufsanteil mehr als steigern können, so Michael Danler. Die Marke Aveda soll nun einem größeren Kundenkreis zugänglich gemacht werden.

Touchscreens Kooperation der Baumarktkette mit ihren Lieferanten und den Firmen :3C! vidision und yellowfish

bauMax: Interaktive Gartenratgeber am POS

Ersteinsatz von interaktiven Terminals in Wien 23 und Klosterneuburg. Schon 3.000 Zugriffe pro Monat.

Klosterneuburg. bauMax stellte gestern gemeinsam mit den Firmen :3C! vidision und yellowfish sein neues Infosystem vor: Seit April 2006 sind in den Gartenabteilungen der bauMax-Märkte Klosterneuburg und Wien 23 je drei Terminals des „interaktiven Gartenratgebers“ installiert – eine Novität im internationalen Baumärkte-Segment.

Auf den Touchscreens kann der Kunde selbstständig Informationen zu den Bereichen Pflanzen, Teiche, Rasen und Pumpen einholen – von der Pflanzenauswahl über Schädlingsbekämpfung oder Behandlung von Krankheiten bis hin zu „How-to“-Infos für das Anlegen eines Rasens oder Gartenteichs. Neben konkreten Ratschlägen erhält der Kunde Infos zu den empfohlenen Produkten. Diese können direkt am Terminal ausgedruckt werden.

Der Ratgeber, dessen Komplettinformation auch online (hier dank Koppelung mit dem Warenwirtschaftssystem samt Preisen) abrufbar ist, wurde gemeinsam mit den Lieferanten entwickelt, denen der Ratgeber eine zusätzliche Präsentationsfläche bietet. „Der Berater dient einerseits der Information unserer Kunden, unterstützt aber auch unsere Mitarbeiter bei der Be-

ratung“, erklärt Monika Voglgruber (bauMax AG). Im Juli seien bereits 3.000 Zugriffssessions erfolgt.

Die Investitionssumme wurde nicht genannt. Vor der Ausweitung auf zusätzliche Baumärkte oder andere Sortimentsbereiche – etwa die bauMax-Welt „Bauen“ – sollen die Erfahrungen abgewartet werden.

Das System wurde in nur drei Monaten von Auftragsunterzeichnung bis Testlauf entwickelt und auf die Erfordernisse von bauMax-Kunden abgestimmt. Es kann direkt von der bauMax-Zentrale aus gepflegt werden, die Anbindung erfolgt hier über WLAN.

Technologie aus Österreich

Die Technologie stammt von zwei österreichischen Unternehmen: 3C! vidision ist ein europaweit führender Entwickler von interaktiven Kommunikationssystemen für POS und POI von Handel, Versicherungen und Banken. Das Interactive Retail Information System (IRIS) stammt vom Softwareunternehmen yellowfish. Im Einsatz ist die Technologie unter anderem bereits in der A1 Lounge (mobikom austria) oder bei Inter-spar (Weinberater-Terminals).



Erstinformation für den Kunden, Beratungsunterstützung für bauMax-Mitarbeiter.



Die intuitive Benutzerführung setzt beim Kenntnisstand des Kunden an: Zimmerpflanze/Balkon/Gartenpflanze?



Das Identifizieren von Pflanzen oder Schädlingen via Symbolbilder hilft über Verbalisierungshürden hinweg.



Neben Produkten bietet der interaktive Gartenratgeber auch praktische Anleitungen für Gartenteich und Rasen.

GfK-Studie Umsatzplus bei Unterhaltungselektronik Flachbild-Fernsehgeräte boomen

Nürnberg. In Westeuropa wurde im ersten Halbjahr 2006 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum 18% mehr Geld für klassische Unterhaltungselektronik ausgegeben, wie eine aktuelle GfK-Studie ergab. 25% des gesamten Branchenumsatzes wurden in Großbritannien erwirtschaftet, auf den weiteren Plätzen folgen Deutschland und Frankreich.

Der stärkste Wachstumsträger in der Unterhaltungselektronik sind wie in den vergangenen Jahren

Fernsehgeräte, allen voran Flachbildgeräte. So stieg der Umsatz von LCD-Geräten um 125%, der von Fernsehern mit Plasma-Display um 39%. Insgesamt profitiert die Branche von einem Trend zu teuren, hochwertigen Produkten. Weiter steigend ist die Nachfrage nach Geräten mit MP3-Technologie. Als Folge der Digitalisierung in der Unterhaltungselektronik steigt auch der Bedarf an digitalen Speichermedien wie USB-Sticks.



Teure Fernsehgeräte, MP3-Player und digitale Speichermedien sind Umsatzbringer.

Lebensmittel Spar als Frequenzbringer in der Innenstadt Neue Spar-Filiale in der Grazer City

Graz. Spar eröffnete nach einer Umbauzeit von nur 12 Wochen einen modernen Supermarkt in der Grazer Hans-Sachs-Gasse. Am ehemaligen Standort des Literarische Moser wurde eine behutsame Sanierung und Umgestaltung der historischen Bausubstanz in Abstimmung mit dem Denkmalschutz durchgeführt. Eine größtmögliche Offenheit wurde durch gezielte Eingriffe erreicht und soll die Blicke nach innen ziehen und neugierig machen, betont Martin Krammer vom Architekturbüro Innodad.

Self-Check-out-Kassen

Zum ersten Mal in der Landeshauptstadt stehen den Spar-Kunden Self-Check-out-Kassen zur Verfügung. Somit kann die Bezahlung des Einkaufs selbst abgewickelt werden, wobei eine Kassiererin für offene Fragen und Hilfestellungen zur Seite steht. Außerdem werden im neu eingerichteten Bistro-Bereich von 6 bis 21 Uhr Brot, Gebäck oder Snacks angeboten. Als weiteres Highlight gibt es den „Coffee to go“ von Tribeka sowie ein reich-

haltiges Convenience-Sortiment. Man wolle damit verstärkt auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen, sagt Erwin Schmuck, Geschäftsführer der Spar-Zentrale Graz.

Die neue Spar-Filiale wird 34 MitarbeiterInnen beschäftigen. Neben der Schaffung neuer Arbeitsplätze werde das innovative Konzept von Spar in der Stadt Graz zu einer höheren Frequenz in der Innenstadt beitragen, wie Stadtrat Detlev Eisel-Eiselberg betonte.



Der neue Spar-Supermarkt in Graz setzt auf noch mehr Kundenservice.