

SmartStore von der Stange

Fünfzig SmartStore24 in Betrieb: Gründer und Geschäftsführer Michael Kimmich über seine Erfahrungen und neue Ideen für Metzger.

SYBILLE ROEMER

Metzger wird oft eine gewisse Technologie-Skepsis nachgesagt. „Die konnten wir gar nicht feststellen“, erinnert sich Mitgründer und Geschäftsführer Michael Kimmich an die Anfänge von SmartStore24 vor vier Jahren. „Im Gegenteil, es hat mich überrascht, wie viele Metzger von sich aus auf uns zu kamen.“

Denn dank der technologischen Unterstützung können Fleischer mit autonomen oder hybriden Filialen ohne großen Personalaufwand die Versorgung nach Ladenschluss gewährleisten, auch in ländlichen Gebieten. Und so sind inzwischen landauf, landab 50 SmartStore24 in Betrieb.

Trend zu zweitem SB-Store

„Schön ist es, dass wir gerade im Fleischerhandwerk nicht nur einfach einen Laden ausliefern, sondern akute Probleme schnell und einfach lösen und den Metzger eine Perspektive geben“, wirbt Kimmich. „Das sehen wir auch daran, dass der Trend im Moment zu zwei, drei oder noch mehr SB-Stores geht.“

Als Beispiel nennt er die Metzgerei Hack. Inhaber Steffen Schütze hat inzwischen zwei SmartStores „Hack 24“ installiert, einen Container in Freising-Lerchenfeld und eine umgebaute Apotheke in Hebertshausen.

Kürzlich hat er auch das Stammhaus in Freising zu einem hybriden Laden erweitert, so dass er seinen Kunden Fleisch, Wurst und Lebensmittel aus der Region in Selbstbedienung anbieten kann. „Und die Metzgerei bleibt jetzt am Samstag zu, weil Steffen Schütze seinem Verkaufsteam eine Verschnaufpause gönnen will“,



Samstags können die Kunden der Metzgerei Hack nur noch „smart“ einkaufen. Fotos: Metzgerei Hack

nennt Kimmich als eine Antwort des Freisinger Metzgermeisters auf den Fachkräftemangel.

Seit vier Jahren arbeite er und sein inzwischen siebenköpfiges Team „extrem eng mit den Metzger und an ihren Bedürfnissen“, wie es Kimmich ausdrückt. „Was die Software und das ganze System angeht, sind wir unserer Linie treu geblieben. Je nach Situation unserer Kunden bieten wir EAN-,



Abholstation für Vorbestellungen

QR-Code sowie die RFID-Technologie an. Bei uns ist ein Smartstore aber nicht nur allein deswegen smart, weil er ein Kassensystem hat. Wir entwickeln vielmehr die Digitalisierungsstrategie mit KI und weiteren autonomen Lösungen für den Metzger weiter.“

Dazu zählen beispielsweise Sicherheitssysteme und die Kundenkommunikation über Screens, die in Abhängigkeit der Sortimente automatisiert Informationen weitergeben. „Wir haben auch die Zusammenarbeit mit Max Schreders ‚Vorbestell-App‘ intensiviert. Die Kunden einer Metzgerei erhalten jetzt über die App Zugang in jeden Smartstore, der auch die Vorbestell-App anbietet. Außerdem können sie von zu Hause das Sortiment im Smartstore anschauen“, nennt er als Beispiel.

Standardisierter Container

Seit einem Jahr bietet SmartStore24 zudem einen kompletten Verkaufscontainer als smarten Store an: vollständig ausgestattet mit Kühlschränken und Ladeneinrichtung sowie dem Außenauftritt im Branding des jeweiligen Metzgers.

Rund 80 000 Euro kostet so ein Standard-Smartstore, 14 solcher Komplettläden hat SmartStore24 im vorigen Jahr ausgeliefert. „Preislich ist das sehr charmant für unsere Kunden aus dem Fleischerhandwerk“, ist Kimmich überzeugt. „Wir müssen ja nicht am Container viel Geld verdienen, sondern wollen unser System verkaufen.“ Wer nicht die modular zusammengestellte Containerlösung will, kann auch eine individuell angefertigte Ausstattung buchen.

Standort gleich mitgeliefert

Ab sofort können Metzger im Süden der Republik sogar einen passenden Standort für ihre smarte Filiale über den Augsburger Technologieanbieter finden: SmartStore24 darf den Platz für jeweils einen Container bei den Parkplätzen einer großen SB-Warenhauskette vermarkten, in einem ersten Schritt für 250 Filialen in Bayern und Baden-Württemberg – in allen Märkten, in denen in der Vorkassenzone keine Handwerksmetzgerei präsent ist.

„Unser Ziel ist es, dem Fleischerhandwerk so viel wie möglich abzunehmen. Also kümmern wir uns um den Standort und das Thema Baugenehmigung, so dass der Metzger nur noch den vollständig ausgestatteten Container kaufen muss, der dann in acht Wochen auf dem Parkplatz aufgestellt wird. Und dann hat er ohne großen Aufwand eine kundenfreundliche Filiale mehr“, argumentiert Kimmich.

Und weitere Expansionsmöglichkeiten für Metzger hat der Geschäftsführer auch schon im Blick: „Ich bin jetzt gerade dabei, bei anderen Großmärkten nachzufragen. Denn das sind ideale autonome Verkaufsstandorte für Fleischer.“ | afz 2/2025

Alternative zu „Cookie-Bannern“

MARKETING

Der Bundesrat hat im Dezember die vom Bundesministerium für Digitales und Verkehr vorgelegte Verordnung über Dienste zur Einwilligungsverwaltung auf Grundlage des §26 Abs. 2 des Telekommunikation-Digitale-Dienstschutz-Gesetzes (TDDDG) gebilligt. Sie ermöglicht eine Alternative zu den „Cookie-Bannern“. Nutzer müssen dann nicht immer wieder in die Verwendung von Cookies einwilligen, sondern können ihre Entscheidungen dauerhaft hinterlegen. „Die Verordnung kann im Frühjahr 2025 wirksam werden. Jetzt liegt es an den Anbietern am Markt, die neuen Möglichkeiten auszuschöpfen und attraktive Einwilligungsverfahren zu entwickeln“, sagt Bundesdigitalminister Dr. Volker Wissing. „Bei Cookies muss sich etwas ändern“, bestätigt Susanne Dehmel, Mitglied der Geschäftsleitung des IT-Verbandes Bitkom. Der aktuelle Vorschlag berge allerdings für Telemedienanbieter erhebliche rechtliche Risiken. roe | afz 2/2025

QR-Codes bergen einige Risiken

SICHERHEIT

QR-Codes auf Verpackungen, Verkaufsautomaten oder Plakaten sind praktisch. Trotz vieler Vorteile für Unternehmen und Konsumenten rät Chester Wisniewski, Director Global Field CTO bei dem Sicherheits-Softwareanbieter Sophos, zur Vorsicht. „Jeder kann QR-Codes herstellen. Es ist nicht möglich, sie zu authentifizieren“, erläutert er. „Wir haben von Vorfällen gehört, bei denen Betrüger QR-Codes ausgedruckt haben und diese auf echte QR-Codes aufklebten, um die Leute auf eine Phishing-Webseite zu lenken und hier ihre Kreditkarten-Daten und persönliche Informationen abzugreifen.“

Metzger, Händler und Gastronom, die QR-Codes nutzen, sollten sie regelmäßig kontrollieren – vor allem, wenn sie öffentlich aushängen. Da QR-Codes ein Bild in eine Webseiten-Adresse übertragen, sollte man deren Adressleiste prüfen, wenn sich der Code im Browser öffnet. „Gefällt einem dieses Ziel nicht, ist es klug, die Anwendung zu beenden“, rät Wisniewski. Der sicherste Weg sei, den QR-Code nicht zu scannen, sondern die Liebessuchmaschine zu nutzen. roe | afz 2/2025

Über SmartStore24

Die SmartStore24 GmbH mit Sitz in Augsburg ist Spezialist für autonomes Verkaufen. Gerade kleine und mittlere Betriebe erhalten mit dem neuen System die Möglichkeit, rund um die Uhr zu verkaufen – und das ganz ohne Personal. Neben optischen Self-Scanning-Lösungen wie EAN- und QR-Code bietet nur SmartStore24 Betreibern eine RFID-Technologie an, wirbt das Unterneh-

men. Bei dieser Variante wird jeder Artikel mit einem RFID-Chip versehen. Auf diesem sind alle Informationen zum jeweiligen Produkt gespeichert. Integrierte Antennen erkennen so jedes Produkt digital und rechnen automatisch jeden Einkauf ab. Zudem bietet SmartStore24 das Kassensystem „SmartSlim“ zum Betrieb von SB-Ladengeschäften in unterschiedlichen Ausführungen sowie intelligen-

te Kühl- und Gefrierschranklösungen bis hin zu schlüsselfertigen Verkaufscontainern an, die überall als flexible Verkaufsstellen eingesetzt werden können.

SmartStore24 ist auf der IFFA vom 3. bis 8. Mai 2025 in Frankfurt vertreten, am Stand der Gilde (früher Zentrag), Halle 12.0, F31 www.smartstore24.de