

Innenminister wirbt für exotische Früchte

Joachim Herrmann zu Gast bei Metro — Konzern setzt in den Nürnberger Märkten auf ein neues Konzept

Nach längerer Umbauphase bei laufendem Betrieb präsentiert Metro nun in Nürnberg zwei neu gestaltete Märkte. Zur Einweihungsfeier war auch der bayerische Innenminister Joachim Herrmann gekommen.

Umringt von zahlreichen Metro-Managern lächelt Joachim Herrmann in die Kameras. Immer wieder, eine Stunde lang. Die Herren posieren zwischen exotischen Früchten, Fleischgroßpackungen in der neuen Kühlabteilung, unterschiedlichsten Kaffeebohnen aus aller Welt und Fisch, frisch präsentiert.

Hier nimmt Herrmann sein Smartphone aus der Tasche und testet gleich die Metro-App, die anzeigt, wo der Fisch herkommt und wie lange er bereits unterwegs ist. Vor allem, was den Vertrieb von Fisch und Fleisch angeht, ist Metro nach eigenen Angaben vorne: Der Konzern wirbt damit, in Europa und auch in Deutschland größter Fischhändler zu sein. Verkauft werden jährlich deutschlandweit rund 12 000 Tonnen Fisch, davon 4 000 Tonnen Lachs. Zudem vertreibt Metro jährlich rund 90 000 Tonnen Fleisch allein in Deutschland.

Mit einem neuen Konzept will der Konzern nun noch mehr Kunden in die beiden Großhandelsgeschäfte in Buch und Eibach locken. Bei laufendem Betrieb wurde rund ein halbes Jahr umgebaut. „Wir haben in Nürnberg nun die modernsten Märkte Deutschlands“, wirbt der Geschäftsführer der Metro in Buch, Thomas Peinert, bei der Einweihungsfeier. Das Konzept sei an die Kunden angepasst worden.

Bis Ende des Jahres laufe in Nürnberg eine Testphase, bevor weitere der deutschlandweit 106 Metro Cash & Carry Märkte neu ausgerichtet werden. Unter anderem gibt es spezielle Erlebniswelten und einen neuen



Joachim Herrmann lächelt in der neuen Obst- und Gemüseabteilung des Metro-Marktes in Buch in die Kamera, umringt von Metro-Vertretern. Rechts: Thomas Peinert, Geschäftsführer des Marktes im Nürnberger Norden. Foto: Eduard Weigert

Gastronomiebereich, der im Markt integriert ist und die bisherige Kantine ersetzen wird.

Auch das Sortiment wurde erweitert. Auf 14 500 Quadratmetern Fläche werden im Stadtteil Buch 20 000 Food- und 30 000 Non-Food-Artikel

präsentiert. Das neue Konzept wirkt sich zudem auf die Mitarbeiterzahl aus, die leicht gestiegen sei. Rund 220 Beschäftigte sind in dem Markt, der neben den Gemüsebauern im Knoblauchsland angesiedelt ist, tätig. Umsatzzahlen für einzelne Geschäfte

nennt Metro nicht. Weltweit beläuft sich der Umsatz von Metro Cash & Carry im Geschäftsjahr 2014/2015 auf 29,7 Mrd. €. Die Investitionssumme für den Umbau in Nürnberg gibt der Konzern ebenfalls nicht bekannt.

KERSTIN FREIBERGER

Mr. Signal setzt auf patentierte Technik

Erfindung aus Nürnberg erleichtert den Museumsbesuch — Große Pläne für die Zukunft



Mr. Signal hat für die Wurzelhöhle im Nationalpark Hainich 14 Bases montiert, die um die Besucher ein lückenloses WLAN-Netz mit Informationen weben. Foto: PR

VON SEBASTIAN LINSTÄDT

Wohl jeder, der schon einmal intensiv ein Museum besucht hat, kennt sie: Audioguides. Längliche Dinger, nicht selten unhandlich, mit Kopfhörern dran. Mr. Signal setzt dagegen auf mobile WLAN-Sender. Diese Bases versorgen die Smartphones und Tablets der Nutzer mit vom Betreiber vorgegebenen Daten.

„Vielen Museen sind Audioguides zu altmodisch und sie setzen konsequenterweise auf das nächstmögliche Medium: Eine App“, sagt Claus Jobst. Der Unternehmer und Ingenieur ist Apps gegenüber nicht grundsätzlich abgeneigt: „Es gibt Lebensbereiche, in denen haben Apps völlig zu Recht einen Siegeszug angetreten.“

Aber im Umfeld von Museen und Ausstellungen glaubt Jobst mit seiner Firma Mr. Signal dennoch die bessere Lösung parat zu haben. Warum? „Zunächst einmal sind Apps vom Datenumfang her immer begrenzt auf maximal 200 Megabyte – sonst würde sie schlicht keiner mehr herunterladen“, erklärt Jobst. Mit dieser Datenmengenlimitierung stößt man aber – wenn man wie Mr. Signal – mit hoch-

wertigen Tonspuren mehrsprachig arbeitet oder sogar Videos bereitstellen will, die Inhalte in Gebärdensprache erklären – sehr schnell an Grenzen.

„Manche namhafte Anbieter weichen auch auf Push-Meldungen aus, die via Bluetooth und eine App auf das eigene Smartphone oder Tablet gelangen“, erläutert Jobst weiter. Damit ließen sich zwar kurze Inhalte transportieren – die Begrenzung der Datenmengen aber ebenfalls nicht aushebeln. „Und es ist immer auch ein offenes System und unter Umständen angreifbar“, warnt der Fachmann.

Ausschreibung gewonnen

Mr. Signal setzt dagegen auf eine patentierte Lösung und hat damit Erfolg. „Ein Professor aus Regensburg nutzt eine unserer Bases um sein Auditorium mit Vorträgen und Zusatzinformationen zu versorgen“, sagt Jobst und lacht. Noch etwas klarer wird die Funktionsweise anhand einer Ausschreibung, die Mr. Signal unlängst für sich entscheiden konnte: Die Wurzelhöhle im Nationalpark Hainich. „Darunter muss man sich eine Ausstellung auf rund 1000 Quadratmetern vorstellen, die allerlei inter-

essante Aspekte rund um den Nationalpark erklärt“, sagt Jobst. Mr. Signal hat hierfür 14 Bases montiert, die um die Besucher ein lückenloses WLAN-Netz mit Informationen weben.

Neben einer „Standard-Führung“ in Deutsch, Englisch, Niederländisch und Polnisch – vergleichbar mit der eines bisherigen Audio-Guides kann der Nutzer auch Gebärdensprache wählen: Dann wird zu den unterschiedlichen Schautafeln und Programmpunkten das jeweils passende Video gestreamt.

Viele kleine Projekte

„So ein Video hochauflösend kann schon mal mehrere Gigabyte umfassen“, sagt Jobst. Außerdem im Angebot: Einfache Sprache, für Nutzer mit Lerneinschränkung oder leichter Demenz sowie lebendiger, bildhafter Sprache für Sehbeeinträchtigte. „Es war von Anfang an unser Ziel, einen komplett barrierefreien Media-Guide umzusetzen“, sagt Jobst. Und wenn man kein Smartphone hat? „In Hainich werden 30 robuste

Tablets ausleihbar sein.“ Neben dem in Hainich hat Mr. Signal außer einer ganzen Menge kleinerer Projekte auch bereits Ausstellungen am Technischen Museum in Wien und im Museumsdorf Düppel bei Berlin umgesetzt. Und wer die von den Nürnberger Altstadtfreunden sanierten Handwerkerhäuser in der Kühnertsgasse betrachtet, kann sich ebenfalls in ein Datennetz von Mr. Signal einklinken und Informationen ziehen.

Afrika im Visier

Für die Zukunft haben Jobst und seine drei Mitstreiter (Michael Morgenstern, Martin Schneider und Markus Schollmeyer) für das junge Nürnberger Unternehmen vor allem den afrikanischen Kontinent im Visier. „Unsere Technik ist prädestiniert für den Einsatz in Gegenden mit niedriger Internetabdeckung“, glaubt Jobst. Verhandlungen mit einigen afrikanischen Staaten, über Bases von Mr. Signal die digitale Informationsstruktur zu verbessern. Fragen wie „Wie baue ich einen Brunnen?“ oder „Was tun gegen Malariainfektionen?“ könnten also künftig über Mr. Signal auf die afrikanische Smartphones und Tablets gelangen.

Sparen für den Urlaub

GfK-Studie: Fast jeder Zweite legt Geld für Reisen zurück

Die Deutschen sparen hauptsächlich, um für das Alter vorzusorgen und Urlaubsreisen zu finanzieren: Jeder zweite Sparer (48 Prozent) bildet Rücklagen, um auch im Alter nicht knapsen zu müssen. Urlaubsreisen sind in der Gesamtbevölkerung mit 46 Prozent der zweithäufigste Anlass, Geld auf die hohe Kante zu legen.

Unterschiede gibt es auch zwischen Frauen und Männern. 55 Prozent der

männlichen Sparer sorgen für die Zukunft vor. Frauen hingegen horten etwas weniger Geld für die Absicherung im Alter (41 Prozent).

Zu diesen Ergebnissen kommt die repräsentative Umfrage „Sparerkompass 2016“ der Bank of Scotland. Für die sechste Auflage der Studie hat das Nürnberger Marktforschungsunternehmen GfK fast 1800 Deutsche zu ihrem Spar- und Anlageverhalten befragt. Vier von zehn Befragten bilden zudem Reserven für Notfälle wie Arbeitsunfähigkeit oder Krankheit (39 Prozent).

Auch für größere Anschaffungen werden Extra-Rücklagen gebildet: Für den Kauf eines Autos sparen 29 Prozent, für den eines Eigenheims 21 Prozent und für den von Möbeln 20 Prozent. Der Anteil der Deutschen, die keine konkreten Sparziele verfolgen, hat sich verdoppelt – von zehn Prozent in 2014 stieg er auf 20 Prozent in 2016.

Enkel profitieren

Auffällig dabei: Gründe zum Sparen scheinen ein Stück weit abhängig vom Informationsstand zu Finanzangelegenheiten und Geldanlagen zu sein. So ist der Anteil der nach eigener Einschätzung „gut“ informierten Befragten, die Geld für die

Altersvorsorge zurücklegen, mit 61 Prozent fast doppelt so hoch wie unter den „schlecht“ informierten (34 Prozent). Ebenso sparen die „gut“ informierten (19 Prozent) häufiger Geld für die Ausbildung ihrer Kinder oder Enkel als die „schlecht“ oder „gar nicht“ informierten (zwölf Prozent).

Gefragt wurde darüber hinaus, was die Deutschen mit zusätzlichem Geld – beispielsweise aus einer Gehaltserhöhung – anfangen würden. Das Ergebnis: Für sechs von zehn der Befragten steht laut der GfK-Studie eindeutig fest: Sie würden das Geld nicht sofort ausgeben, sondern ansparen, um sich später davon einen Wunsch, wie beispielsweise eine Urlaubsreise, zu erfüllen (57 Prozent).



Urlauber in Strandkörben genießen auf der Nordseeinsel Amrum die Sonne. Foto: dpa