



Gut gereift

Im FFC agieren die Mitarbeiter in Vertretung des Kunden als Personal Shopper; d.h. unter anderem: Obst & Gemüse wird mit optimalem Reifegrad ausgesucht.



”

Wir wollen das finden und anbieten, was einen echten spürbaren Nutzen für unsere Kunden bietet.“

Josef Siess
Vorstand Billa

wir haben auch den Anspruch, die Besten zu sein.“ Mithin sei die Errichtung des FFC nur eine logische Konsequenz im Sinne einer optimalen Rundum-Versorgung der Kunden.

Billa Online erzielte zuletzt 2016 ein Umsatzplus von 160% – womit zwar über die tatsächliche Umsatzgröße wenig gesagt ist, aber augenscheinlich reicht sie aus, um die bisherige Vorgangsweise zu verabschieden. Im FFC gibt es auf 7.250 m² genügend Platz für eine Erweiterung der Produktpalette sowie erhoffte Mengenzuwächse.

Modernste Technologie

Top-Qualität im Online-Bereich stellt den Lebensmittelhandel (LEH) im Gegensatz zu Buch-, Schuh- oder Modebranche vor merklich größere Herausforderungen, „vor allem, weil bei uns der Anteil der Frische-Produkte bereits bei mehr als 50 Prozent der Online-Bestellungen liegt, das ist die Königsklasse des eCommerce“, betont Siess.

Die Auswahl im Online-Shop gleicht in der Vielfalt einer Filiale – das gesamte Sortiment von rd. 8.000 Artikeln ist verfügbar. Somit müssen drei Kühlzonen (Zimmertemperatur, Kühlung, Tiefkühlung) während des gesamten Logistik-Prozesses aufrechterhalten werden. Relevante Qualitäts- und Hygienevorschriften sind ebenso punktgenau wie im stationären Handel einzuhalten.

Im FFC agieren die Mitarbeiter quasi in Vertretung des Kunden als „Personal Shopper“: Jede Bestellung wird bis hin zum fertigen Paket betreut, Gebäck frisch aufgebacken, Wurst und Schinken bestellungsaktuell geschnitten, Obst und Gemüse mit optimalem Reifegrad ausgesucht – unterstützt durch die neueste State-of-the-Art-Technologie.