

Die Kleinstfläche mit 24/7-Verkauf ist möglich

Im Interview Matthias Golze, Schenk Golze Ladenbau

Ludwigsburg, Mindestlohn und Mitarbeitermangel machen dem Einzelhandel zu schaffen. Verkaufsautomaten oder autonome 24/7-Shops auf der Kleinstfläche können helfen. Ist das Konzept Kleinstfläche auf die Grüne Branche übertragbar?

Gerlinde Witt
Freie Journalistin, Adenau



Das Konzept hat durchaus Chancen, allerdings – wie immer bei frischen Produkten, so auch bei Schnittblumen und Pflanzen als Hauptprodukt – mit besonderen Herausforderungen. Das zeigen uns unter anderem Beispiele aus dem Lebensmitteleinzelhandel, bei denen sich selbst die „Großen“ wie Rewe oder Edeka schwer tun oder getan haben.

Denn frische Produkte müssen auch wirklich frisch sein. Das setzt Kühlboxen oder zumindest einen gekühlten Bereich bei entsprechendem Umsatz voraus. Wenn die Ware gelitten hat oder unansehnlich geworden ist, wird sich der Kunde überlegen, ob er damit seinen Warenkorb füllen möchte. Und kommt dann in der Enttäuschung auf den Gedanken, von zu Hause aus im Internet zu bestellen und nicht mehr zur Box zu gehen. Das heißt, auch die Box gehört zum stationären Handel und bedingt eine regelmäßige Betreuung aller (frischen) Produkte.

Wir denken aktuell über eine Box nach und sind mit einem Bauherrn für die Nullserie im Gespräch. Vielleicht können wir bereits zur IPM 2023 eine Box mit Hybridfunktion für einen 24/7-Store vorstellen.

Welche Materialien eignen sich für einen 24/7-Betrieb?

Matthias Golze: Aus Sicht des Ladenbaus müssen die Materialien für einen Rund-um-Betrieb noch robuster sein als in einem Blumen- oder Hofladen üblicher Beanspruchung. Zu Bedenken gilt, der Verkaufsraum ist und bleibt sich selbst überlassen. Es gilt mutwilligen Vandalismus in den Griff zu bekommen, besser durch

Maßnahmen möglichst auszuschließen. Denn selbst das robusteste Material und die aufwendigste Konstruktion ist zerstörbar.

Also bleibt hier nur eine sichere Zugangskontrolle als geeignete Maßnahme übrig. Die Kunden müssen sich beim Betreten identifizieren – sei es per Kredit-, EC- oder Clubkarte. Wichtig ist zudem ein Selbstzahlungssystem mit elektronischer Zahlungsoption, simpel zu verstehen und zu nutzen. Und solange noch möglich verbunden mit der Akzeptanz von Bargeld. Allerdings gibt es für diese Hybridnutzung bisher nur wenige funktionierende Systeme. Die nach wie vor größte Herausforderung ist auch der Datenschutz.

Warum funktioniert das Prinzip „One size fits all“ nicht?

Matthias Golze: Selbst erfolgreiche Filialisierer sind in den Regionen unterschiedlich unterwegs, vielleicht gerade deshalb. Manch ein „Großer“ hat diverse Formate ausprobiert, selbst aus dem Ausland gab es Versuche in Deutschland im Lebensmitteleinzelhandel durchzustarten. Verschiedene Gründe ließen die Formate scheitern, oft lag es an der Frische, dem fehlenden Kundenverständnis oder/und auch am Lokalkolorit.

Also gibt es auch für die Boxen große regionale Unterschiede. Das bedeutet, die Inhalte müssen auf die jeweilige Region angepasst werden, zu den Kunden passen. Und das ist mit individuellen Konstruktionen auch im Ladenbau verbunden.

Sind Emotionen/Inspirationen auf der Kleinstfläche möglich?

Matthias Golze: Emotionen und Inspirationen bedeuten eine große Chance für den stationären Einzelhandel. So können Gärtner oder Bauern mit 24/7-Boxen im direkten Umfeld von Hof oder Betrieb eindrucksvoll punkten. Wenn der Betreiber eine gute vernetzte Warenwirtschaft hat, weiß er bevor der Laden leer ist oder bestimmte Produkte fehlen. Kurze Wege machen es möglich, die Box schnell wieder neu mit frischen Produkten vom Erzeuger zu bestücken. Wichtig ist, dass die KI Box kommuniziert. Personal ist nur bei Bedarf im Geschäft, in der Box. Das reduziert Arbeitsstunden – ein wichtiger Aspekt in Zeiten des Mindestlohns und des Mitarbeitermangels.

Gärtner und Bauern gewinnen vor allem aber durch Regionalität und Nähe. Denn in der industrialisierten Welt sehnen sich die Menschen wieder nach Kontakten, Begegnungen und Kommunikation, nach gutem Kundendienst und Wertschätzung, vielleicht sogar nach Seelsorge. Das heißt, in ruhigen Zeiten ist die KI zuständig. Und in Stoßzeiten stehen Mitarbeiter den Kunden zur Verfügung – nicht unbedingt zum Verkaufen, sondern zum Klönen und zur Menschenbegegnung. Hofläden werden zu Dorfplätzen, in denen verkauft wird, was die Kunden tatsächlich brauchen. So wird das Hybrid-Konzept lehrbar und viele Jahre lang erfolgreich funktionieren.



Fotos: Schenk Golze Ladenbau

Die Inhalte müssen auf die jeweilige Region angepasst werden, also zu den Kunden passen.

Matthias Golze
Mitglied Geschäftsleitung Schenk Golze Ladenbau

Erfolg auf der Kleinstfläche

Um eine Kleinstfläche erfolgreich zu machen, sehen wir zwei Wege: Der Frischespezialist; ich reduziere mich auf das Wesentliche zum Beispiel bei einem Hofladen, auf das selbst produzierte Fleisch – sinnvoll ergänzt durch das dazu passend ausgesuchte Begleitsortiment. Somit auf das eigene Produkt reduziert, doch dieses attraktiv inszeniert. Ein guter Weg für Direktvermarkter. Oder der Nahversorger; ich verkaufe nach dem Motto „Einmal hin, alles drin.“ Biete also ein umfassendes Sortiment an, so dass sich Kunden auch um die Ecke oder rund um die Uhr versorgen können. Der Dorfladen ist geboren.



Tische mit System

Verkaufs- und Präsentationstische

OTTE METALLBAU

JETZT mit BEWÄSSERUNGSANLAGEN

Tel.: +49 (0) 4497-92666-0
www.otte-metallbau.de

VALEKA

Neue/gebrauchte aluminium

- Feste Tische
- Rolltische
- Verkaufstische
- Mobil Tische

VALEKA BV · Heiliumweg 14 · 3133 AX Vöörden
Tel: +31 - 10 599 74 02 · Fax: +31 - 10 599 74 05
E-mail: info@valeka.nl · www.valeka.nl

TASPO

GRUENEJOBS.de

Das Online-Stellenportal der Grünen Branche.

Hier finden Sie qualifizierte MitarbeiterInnen!

REIMANN TEXTILES Made in Germany since 1952

Reimann Spinnerei und Weberei GmbH

Gewebe für Klima, Schattierung, Energie-Einsparung, Verdunkelung und Splitterschutz

www.reimanntextiles.com

Welchen Schirm spannen Sie?

Energieschirm-Systeme

Erstklassig in Qualität und Leistung

RICHARDWEBER GmbH

Industriestraße 3
56276 Großmarscheid
Telefon +49 2689 53 06
Telefax +49 2689 56 06
www.energieschirme.com
richardwebergmbh@t-online.de

Konzentration auf das Wesentliche bietet neue Chancen und lohnende Perspektiven

Verkauf Smart Stores und 24/7-Konzepte als Ergänzung oder zur Neuorientierung des stationären Einzelhandels



Adenau. Stationäre Rund-um-die-Uhr-Geschäfte sind nichts neues. In Zeiten von Personal-mangel sind stationäre 24/7-Stores – vollautomatisiert – interessanter denn je.

Gerlinde Witt
Freie Journalistin, Adenau



Was Hofläden mit ihren Verkaufsautomaten seit Jahren praktizieren, findet in aktuellen 24/7-Konzepten eine neue Dimension: in Smart oder Tiny Stores auf kleinen Flächen, unbemannt, bargeldlos, per Identifikation.

Die Umsetzung der 24/7-Konzepte ist vielfältig und unterschiedlich – teils im automatisierten Selfservice, teils wieder mit Personal in Stoßzeiten als Hybridlösung. Manches hat sich bewehrt, anderes wurde bereits wieder zurückgefahren. Dass Smart Stores besonders in ländlichen Regionen signifikant zu-

nehmen werden und es Zeit wird, sich mit den unterschiedlichen Technologien zu beschäftigen, sagt Prof. Stephan Rüschen, Studiengangsleiter Handel und Professor für Lebensmittelhandel an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Heilbronn (DHBW Heilbronn). Insbesondere Verkaufsautomaten mit regionalen Produkten, sogenannte „Regiomaten“, könnten Versorgungslücken in ländlichen Gebieten schließen.

Bei vielen der mittlerweile 51 Smart Store 24/7 Konzepten in Deutschland (Stand Sep-

tember 2022, DHBW Heilbronn) handelt es sich um kleine („Tiny“) Stores, die auf ca. 100–200 Quadratmeter Fläche (teils nur in der Größe eines Containers) operieren.

Seit 2021 recherchiert die DHBW Heilbronn regelmäßig zur Entwicklung und Entstehung von Smart-Store-24/7-Konzepten und dokumentiert diese auf einer frei zugänglichen Google-Docs-Liste, in der die Konzepte anhand von 18 Kriterien systematisiert und beschrieben werden*.

Walk-in oder Automated Boxes

Die Experten unterscheiden Walk-in Konzepte und Automated Boxes, die wiederum in weitere Sub-Betriebsformen unterteilt sind.

Beim Walk-in kann der Kunde jederzeit den Verkaufsraum betreten und die gewünschte Ware aus den Regalen entnehmen – indem er sich am Eingang des Stores mittels App oder Kundenkarte identifiziert und diesen ohne aktiven Self-Checkout wieder verlässt, denn die Ware wird durch KI mittels Sensoren erfasst und über ein Kundenkonto abgerechnet (Grab & Go). Diese Methode nutzt beispielsweise Rewe pick and go. Oder die Kunden müssen in den Stores die gewählte Ware selbst scannen und über ein Kundenkonto abrechnen lassen

(Smartphone Scanning und/oder Kassen Selfcheckout). Dies kommt unter anderem bei TEO von Tegut oder Emmas Tag und Nacht Markt zum Einsatz.

Beim walk-in können natürlich auch „Hybrid-Konzepte“ zum Einsatz kommen: wenn die 24/7-Geschäfte beispielsweise zu bestimmten Zeiten mit Personal besetzt sind, wie beim Mini-Supermarkt Tante Enso oder den Würth 24h-Niederlassungen.

Bei den Automated Boxes bestellt der Kunde entweder über ein Terminal und/oder eine App seine Produkte. Diese werden dann automatisch zusammengestellt und an ein Ausgabefach befördert, wie bei Edeka 24/7 in Renningen. Oder er entnimmt die Produkte aus einem Regal- beziehungsweise Kühlschranks. Die Entnahme wird über die Grab&Go-Technologie (Bild- und/oder Gewichtserkennung) erfasst.

Automaten-Shops, bei denen mehrere herkömmliche Automaten ein größeres Sortiment anbieten, gibt es bereits des öfteren an Bahnhöfen oder in kleinen Ortschaften, wie bei Herr Anton. Der Betreiber kooperiert mit Herstellern aus der Umgebung, einem Milchhof, Hofläden und lokalen Bauern, um frische Produkte aus der Region zu bieten. Bekannt sind zudem traditionelle Automaten (Regiomaten), über die Direktvermarkter oft ihre Ware vertreiben. Sie er-

ben aktuell eine Renaissance. Die Automatentechnologie erlaubt es inzwischen auch frische Produkte automatenfähig zu machen.

Ladenbau für die Kleinstfläche

Die Rund-um-die-Uhr-Geschäfte haben einige Herausforderungen zu meistern, damit der Betrieb läuft: So muss vor der Inbetriebnahme den Auflagen der Behörden genüge getan werden. Manche Bundesländer verwehren beispielsweise den Verkauf an Sonn- und Feiertagen. Es muss vor allem das Sortiment stimmen und auf die jeweilige Region und Bevölkerung angepasst sein. Die Logistik und Warenwirtschaft muss funktionieren. Und die Stores müssen vor Vandalismus und Diebstahl geschützt werden. Unter anderem eine Herausforderung für den Ladenbau.

Wanzl (Leipzig) entwickelt für seine 24/7-Stores je nach Lage und Betreiber einen individuellen Look mit dem passenden Ladeninterieur. Ob im landestypischen Design an Flughäfen und Bahnhöfen oder im Corporate Design einer Drogeriekette oder eines Baumarktes. Mit dem My Mobile Store bietet das Unternehmen einen Rundum-Service an: von der Designgestaltung (Innen/Außen) und Ausstattung über die Elektroplanung und -installa-

Neues Licht für mehr Reichweite

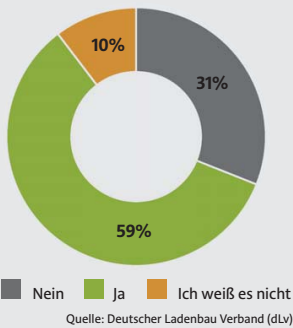
LED Lichtsysteme
Ihr Partner für professionelle Beleuchtung.

GGL Global Green Lights GmbH & Co. KG
Fuggenstraße 34a | 51149 Köln
Tel. 02203 203531-0 | info@ggl-gmbh.com | www.ggl-gmbh.com

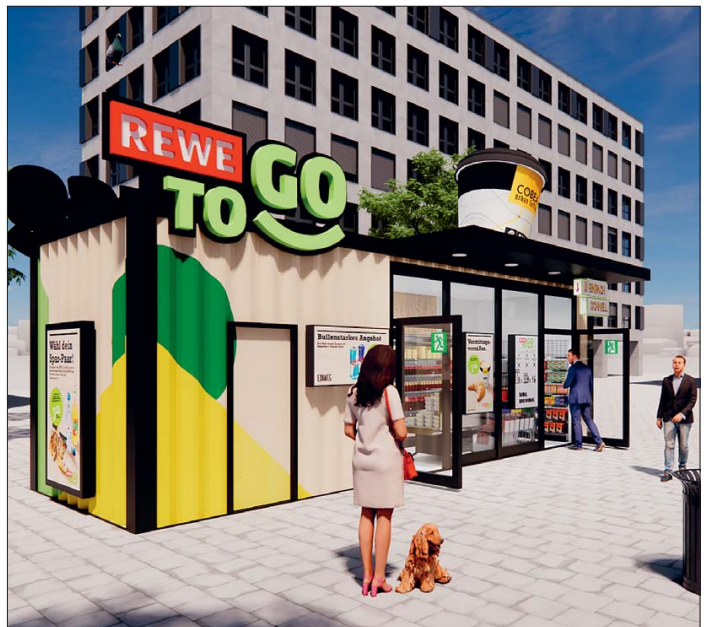
Lage ist stabil

Laut Deutschem Ladenbau Verband (dLv) ist auch zwei Jahre nach Beginn der Pandemie die Lage der Ladenbauunternehmen weiterhin stabil. Wie die dLv-Mitglieder in einer Umfrage im September 2022 zur wirtschaftlichen Lage berichteten, beurteilen die meisten Mitgliedsunternehmen die Aussichten für das aktuelle Jahr mit gut. Allerdings beobachteten 59 Prozent der Ladenbauer und 63 Prozent der Zulieferunternehmen eine spürbar sinkende Investitionsneigung ihrer Kunden.

Sorge bereiten den Mitgliedsunternehmen aber Materialknappheit- und preise, Fachkräftemangel und – aufgrund der ungewissen Aussichten zum Ende der Pandemie und des Ukraine-Krieges – eine mögliche nachlassende Investitionsneigung des Handels. Material sei nicht mehr so knapp wie in den Vormonaten. Die Sorgen um Umsatzeinbußen wegen Preisexplosionen im Energie- und Materialbereich hätten aber zugenommen. Baustellenverzögerungen seien weiterhin ein Problem, wobei deren Hauptursache nicht mehr wie noch bei der April-Umfrage 2022 der Materialmangel, sondern die sinkende Investitionsneigung ist.



Im automatisierten Minimarkt Teo gibt es alle wichtigen Produkte des täglichen Bedarfs. Foto: Tegut



Unter der Marke Rewe To Go sind Konzepte für Hochfrequenzstandorte vorgesehen. Foto: Rewe/Lekkerland

tion bis hin zur Sicherheitstechnik. Die technologischen Prozesse im Store werden über Wanzl Connect gesteuert. Über die Cloud-basierte Plattform werden die Geräte ständig kontrolliert, um Ausfälle und Störungen schnellstmöglich zu erfassen.

sind zentral über Smart Home Technologien steuerbar.

Die VKF Renzel GmbH (Isselburg) vertreibt verschiedene Verkaufsautomaten. Die Automaten besitzen jeweils ein Touchdisplay mit einer leicht zu bedienenden Benutzeroberfläche. Hierüber können Kunden sich Produktbeschreibungen, Zutatenlisten oder Bilder zu den gewünschten Produkten anzeigen lassen.

Die Bedienung funktioniert ähnlich wie im Onlineshop: Der Kunde legt die gewünschten Produkte in den Warenkorb, gibt eventuell einen Rabattcode ein und bezahlt anschließend alles zusammen. Die Verkaufsautomaten lassen verschiedene Zahlungsmethoden zu, wie per Smartphone oder Smartwatch. Die Ausgabe der gekauften Artikel erfolgt über einen Produkt-Lifter.

Auch Betreiber profitieren von der digitalen Oberfläche. Sie können über die Cloud-basierte Software Preise, Bilder und Informationen anpassen. Die Automaten erstellen Statistiken über die Verkäufe und beachten die Mindesthaltbarkeitsdaten. Und sie lassen sich individuell folieren.

Unmanned Stores statt Online-Shop

In Kooperation mit Umdasch Group Ventures (Amstetten, Österreich) und Ackerpay von myAcker GmbH errichtete Umdasch eine All-In-Box bei in Leibnitz (Österreich). Es ist der erste Prototyp eines sogenannten „Unmanned Stores“, also einem Shop ohne Personal. Die smarte Boxlösung im Innenhof des Unternehmens wird von der Bäckerei B. Heuberger betrieben.

In der Box kommen eigens entwickelte Technologien und Services des Unternehmens zum Einsatz. Bezahlt wird in bar oder mit Karte über ein Terminal, das den Kunden audiovisuell durch den Bezahlvorgang führt. Beleuchtung, Klimatechnik, Videoüberwachung und das Schließsystem

*Das komplette Whitepaper „Smart Stores 24/7 – Eine Nische etabliert sich“ von Prof. Dr. Stephan Rüschen und Julia Schumacher steht im Internet zum kostenlosen Download bereit. Mehr unter <https://handel-dhbw.de/schriftenreihe/whitepaper/smart-stores-24-7-eine-nische-etabliert-sich/>

Wer in Wachstum investiert, will die klügste Lösung.



rabensteiner.eu