

Geheime Überraschungspakete aus dem Automaten



© stock.adobe.com

Nach der Premiere an der CLASSIC Tankstelle in Worms (Pfeddersheim) verkaufen nun auch weitere Stationen wie Mainz-Kostheim und Schafshausen sowie alle Eigenregietankstellen die Überraschungspakete von [Das Pack]. An einem Automaten neben dem Eingang gibt es die Variante für 10 Euro, im Shop die Variante für 20 Euro. Der Inhalt: Retournierte, nicht abgeholte Neuware, die Kunden aus Deutschland, Österreich oder der Schweiz aus verschiedenen Gründen an den Lieferanten zurückgesendet haben, zum Beispiel weil sie nicht passen oder nicht abgeholt wurden. Für Lieferanten ist es oft zu teuer, diese Waren zu prüfen, neu zu verpacken und wieder ins Lager zu sortieren. Daher verkaufen sie die Pakete lieber pauschal in großen Mengen an Händler wie [Das Pack]. Pro Paket wird ein Anteil an DKMS gespendet, deren Hauptziel die Registrierung von Stammzellspendern ist.

Betreiber von Tankstellen, die einen Verkaufsautomaten für die 10-Euro-Variante aufstellen, erhalten kostenfrei 100 Pakete von [Das Pack] gestellt, die sie nach und nach in den Automaten füllen können. Neben einer Verkaufsprovision von 10 % pro Paket bekommen sie zudem eine monatliche Miete von 275 Euro zuzüglich 75 Euro pauschal für Strom (jeweils netto). Die 20-Euro-Pakete, die in einer Schüttbox im Shop angeboten werden, kauft der Betreiber auf eigene Rechnung. Der Einkaufspreis pro Paket inklusive Lieferung beträgt 9,40 Euro netto – das entspricht einem Bruttogewinn von 45 %.

Erstes Fazit: Die Absatzzahlen an den CLASSIC Tankstellen können sich sehen lassen. In den ersten Wochen haben die teilnehmenden Tankstellen durchschnittlich mehr als 10 Pakete für 10 Euro und etwa drei Pakete für 20 Euro am Tag verkauft. Dies zeigt, dass das Geschäftsmodell der Mystery-Packstationen viel Potenzial birgt. Es wird spannend sein, zu sehen, wie sich die Zahlen nach dem ersten Hype langfristig entwickeln.

Beispielrechnung von [Das Pack]:

Retouren-Neuware aus dem Verkaufsautomaten

20 Pakete/Tag x 0,84 Euro Nettoprovision
 Paket = 504 Euro Nettoprovision
 Monat + 275 Euro Miete = 779 Euro Nettogewinn
 Monat x 12 Monate = rund 9.300 Euro Nettogewinn/Jahr

Retouren-Neuware auf eigene Rechnung

15 Pakete/Tag x 7,41 Euro Nettogewinn
 Paket = 3.334,50 Euro Nettogewinn
 Monat x 12 Monate = rund 40.000 Euro Nettogewinn/Jahr

Feldversuch im CLASSIC Waschpark Bielefeld

An unserem ersten eigenen CLASSIC gebrandeten Waschpark in Bielefeld testen wir seit Mitte Oktober Automatenlösungen für den Verkauf von Shopware. Insgesamt haben wir vier Automaten in dem 12 m² großen Raum aufgestellt, die den klassischen bemannten Tankstellenshop mit Verkäufer ersetzen. Ein Schild über dem Eingang sowie Monitore in den Fenstern weisen auf den Unmanned Store hin.

Die Automaten sind mit vier Produktkategorien bestückt:

- **Pflegeprodukte:** CLASSIC CARE LINE, CLASSIC Microfasertücher und Schwämme sowie verschiedene Sonax-Produkte
- **Gekühlte Getränke:** Energy Drinks von Red Bull und CLASSIC, verschiedene Marken von Coca-Cola, alkoholhaltige Getränke wie Ready-to-drink-Produkte, Kleinspirituosen und Bier
- **Snacks:** Riegel, Kaugummi, Chips und Gummibärchen
- **Internationales Trendsortiment:** Getränke und Snacks aus der ganzen Welt sowie E-Zigaretten unter anderem von Elfbar



© CLASSIC

Die Pakete im Automaten kosten 10 Euro ...

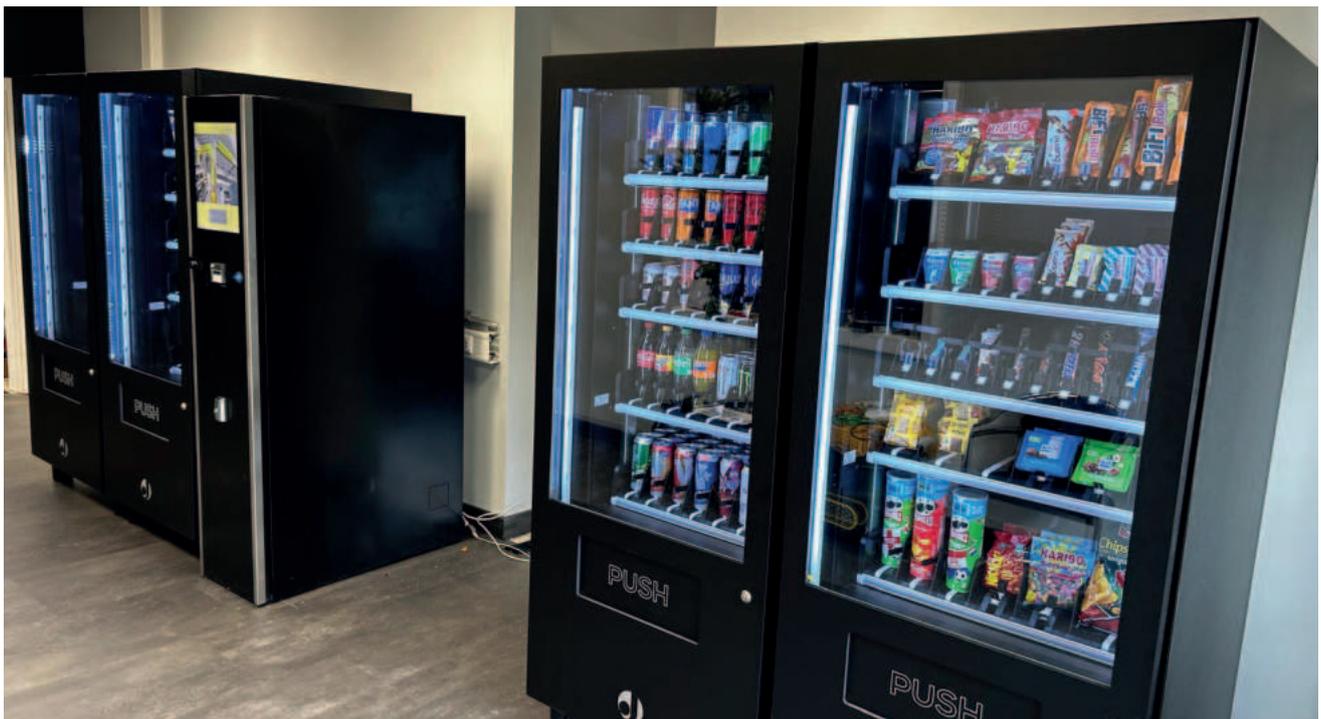


© CLASSIC

... und die Pakete im Shop 20 Euro.

Der Kunde wählt die gewünschte Ware über ein zentrales Terminal per Touchscreen aus und kann anschließend mit Münzen, Scheinen, Karte oder Smartphone bezahlen. Die Altersverifikation für alkoholhaltige Getränke wird ebenfalls über das Terminal sichergestellt. Die Öffnungszeiten orientieren sich am Waschpark, der täglich zwischen 9.00 und 22.00 Uhr in Betrieb ist. Um den Aufenthalt noch gemütlicher zu gestalten, befinden sich in dem Raum einige Sitzgelegenheiten.

„Unser CLASSIC Waschpark in Bielefeld ist der erste Standort im Netz, an dem wir diese Automaten testen. Da sich im direkten Umfeld keine weitere Einkaufsmöglichkeit befindet, wollen wir die Chance nutzen, durch die Automaten Zusatzumsätze zu generieren“, erklärt Verkaufsleiter Eduard Klüschke. In den ersten Wochen nach der Eröffnung fand der Smart Store bereits großen Anklang bei den Kunden. „Wir werden jetzt genau analysieren, wie stark die Automaten angenommen werden, und dann entscheiden, ob und an welchen weiteren CLASSIC Standorten eine solche Lösung Sinn ergeben könnte“, ergänzt Eduard Klüschke.



© CLASSIC

Die verschiedenen Sortimente sind auf vier Automaten verteilt.