

## **BioGate Trier**

Als Umsetzungsort für mein Konzept habe ich den Trierer Bio Supermarkt „BioGate“ gewählt, da dieser ein ohnehin schon sehr großes und gut sortiertes Warensortiment aufweist. Neben einer breiten Auswahl an Non-Food Produkten, Tiefkühlwaren und abgepackten Lebensmitteln hat der Kunde auch die Möglichkeit in der integrierten Bio-Bäckerei Backwaren oder an den zahlreichen Frischetheken Obst, Gemüse, Käse und auch Fleisch aus kontrolliert ökologischem Anbau zu erwerben. In meiner Konzeptidee habe ich mich speziell auf den Bereich Frischobst und -gemüse konzentriert.

## **Konzept**

Als neuer Service soll ein „Obst- und Gemüseabonnement“ eingeführt werden, das dem Kunden durch das Zuliefern von erntefrischen Lebensmitteln zu sich nach Hause gesundes und ernährungsbewusstes Kochen erleichtern soll.

Bei Interesse hat der Kunde, mit einhergehender Beratung durch einen Mitarbeiter, die Möglichkeit das Abonnement direkt im Bio Markt abzuschließen, er kann dies aber auch später online tun. Der Interessent kann selbst entscheiden in welchen Zeitabständen er welche Menge an Lebensmitteln zugeliefert bekommt und an welchem Wochentag dies geschehen soll.

Die Pakete sollen ökologisch angebaute Obst- und Gemüsesorten beinhalten, die möglichst aus regionalem Anbau stammen um lange, umweltunfreundliche Transportwege zu umgehen. Die Produktpalette soll jedoch abwechslungsreich und saisonal gestaltet sein und es wäre ideal wenn der Kunde nicht immer genau weiss welche Sorten die Pakete enthalten. Dadurch hat er die Möglichkeit eventuell neue Obst- und Gemüsesorten auszuprobieren. Um jedoch eine hohe Kundenzufriedenheit schon im Voraus zu garantieren, hat der Käufer die Möglichkeit Obst- und Gemüsesorten, die für ihn auf gar keinen Fall in Frage kommen, von den Lieferungen auszuschließen. Sollte ein Kunde mal akut einen speziellen Wunsch, was den Inhalt oder die Inhaltsmenge des Paketes angeht haben, so kann er diesen telefonisch oder per Internet äussern.

Außerdem gibt es die Möglichkeit das Abonnement jederzeit ganz unkompliziert zu kündigen, bzw. mal aussetzen zu lassen (z.B. wenn man in Urlaub ist).

Zielgruppe des neuen Services sind hauptsächlich junge, berufstätige Eltern oder Lebenspartner, da diese nach dem stressigen Joballtag oft keine Zeit oder Nerven mehr übrig haben noch frisch einkaufen zu gehen und deshalb schnell dazu verleitet sind zu ungesünderen Fertigprodukten zu greifen. Hat man die frischen Lebensmittel jedoch bereits im Haus und muss sie „verschaffen“, fällt es einem viel leichter gesundheitsbewusst und frisch zu kochen.

Gerade für jungen Eltern, denen es wichtig ist, dass ihre Kinder von Anfang an lernen sich verantwortungsbewusst und ausgewogen zu ernähren stellt der Lieferservice eine Entlastung im Alltag dar.

Das Konzept wäre ausserdem noch erweiterbar auf:

- Begrüßungs – und Werbegeschenke für Neukunden des Abos (z.B. Einkaufsgutscheine für BioGate)
- Werbeaktionen für den Service ausserhalb des Marktes
- kostengünstige Variante für studentische Haushalte, einkommensärmere Haushalte