

Speed-Shopping bequem vom Sofa aus

Innert 10 Minuten liefert „Stash“ Lebensmittel und Güter des täglichen Bedarfs nach Hause. Das Schweizer Startup treibt die Geschwindigkeit derzeit in Zürich auf die Spitze. Simon Koch, Gründer von Stash spricht im Interview über das Erfolgsgeheimnis, die Grenzen des Lieferdienstes und ein Kundenerlebnis, das 10 Mal besser ist als alles bisher Dagewesene. Am 20. April wird er beim „SMK-Circle“ weitere Einblicke in das Geschäftsmodell geben.

Herr Koch, wie kommt der unglaubliche Speed von Stash zustande?

Simon Koch: Stash betreibt sogenannte Ghost Warehouses, in dem alle Produkte, welche der Kunde bestellen kann, auch verfügbar sind. Sobald ein Produkt ausverkauft ist, kann der Kunde dies auch nicht mehr bestellen. Sobald eine Bestellung eintrifft, wird diese innert weniger Minuten gepackt und danach mit eigenen Fahrern per Fahrrad ausgeliefert. So ist es möglich, innert 10 Minuten auszuliefern.

Bei Stash werden also Mikro-Gebiete bedient. Es stellt sich die Frage, ob und wie ein solcher Service überhaupt profitabel betrieben werden kann?

Simon Koch: Die Profitabilität hängt von verschiedenen Faktoren ab. Erstens von den Margen, welche über die Zeit durch das steigende Einkaufsvolumen ansteigen werden. Zweitens durch die Liefergebühr und damit zusammenhängend durch eine optimale Fahrerauslastung. Drittens über zusätzliche Einnahmen, etwa durch die Einführung von Eigenmarken oder Placement Gebühren. Und viertens durch höchste Effizienz in den Logistikprozessen.

Für welche Güter funktioniert dieses Geschäftsmodell besonders gut, wo liegen die Grenzen?

Simon Koch: Grundsätzlich für alle Güter, die man lagern und mit dem Fahrrad transportieren kann. Dazu gehören Lebensmittel inkl. Convenience Food, aber keine warme Küche. Aber auch Haushaltsprodukte und Hygieneartikel gehören dazu. In der Zukunft bieten sich auch Drogerie- oder Apothekenprodukte an, sobald es rechtlich möglich ist, diese Produkte online zu verkaufen.

Sie haben sich bei der Gründung an internationale Vorbilder aus den USA, London oder Berlin – wie „GoPuff“ oder „Gorillas“ - orientiert. Sind Schweizer Kunden überhaupt interessiert an solchen Blitz-Lieferungen? (Stichwort Einkaufskultur)

Simon Koch: Das Modell bietet zu viele Vorteile, als dass die Schweizer dies nicht nutzen wollen würden: 10 Minuten Lieferung, kein Anstehen, Preise wie im Supermarkt, keine Mindestbestellmenge. Wir sind heute überzeugt davon, dass das Kundenbedürfnis für diese Art des Einkaufens da ist. Egal ob als Wocheneinkauf oder weil beim Einkaufen etwas vergessen geht oder für eine spontane Dachterassenparty - Stash wird für die unterschiedlichsten Situationen genutzt.

Wie sehen die Zukunftspläne aus? Welche Einzugsgebiete in der Schweiz wären für eine Expansion attraktiv?

Simon Koch: Grundsätzlich alle grösseren Schweizer Städte, in denen wir wenigstens ein oder zwei Lager betreiben können. Auch mittelgrosse Städte, wie etwa Winterthur, sind interessant.

Rückfragehinweis für Medien:

ESB Marketing Netzwerk AG | Brunneggstr. 9, Postfach 519 | CH-9001 St. Gallen
Tel. +43 676 83521617 | griessenboeck@esb-online.com

Zu guter Letzt: Sie sind mit Stash der Inbegriff von Disruption. Wie viel Überredungskunst und Mut waren bei der Gründung bzw. beim Start nötig?

Simon Koch: Disruption ist immer nur ein Nebeneffekt einer neuen und besseren Kundenerfahrung. Wer es schafft, Kundinnen und Kunden immer wieder von Neuem zu begeistern, der gewinnt. Und wenn die Dienstleistung am Kunden dann noch auf eine neue Art passiert, entsteht Disruption. Disruption an und für sich interessiert uns aber nicht. Es geht uns nur um eines: Ein Kundenerlebnis zu schaffen, das 10x besser ist als alles bisher Dagewesene.

Über den SMK Circle

In vertrauensvoller Atmosphäre treffen sich Entscheidungsträger, Geschäftsführer, Marketingleiter und Brand Manager von Markenunternehmen beim „SMK Circle“. Spannende Speaker präsentieren ihre Arbeit, reflektieren über Erreichtes, nicht Erreichtes, Fallstricke und Learnings. Der „SMK Circle“ ist eine neue Veranstaltungsreihe von ESB Marketing Netzwerk und wird erstmals am 20. April online statt finden. Unter dem Motto „von Marken für Marken“ werden danach regelmässige Treffen abgehalten. Infos zum Programm: <https://www.marken-kongress.ch/nc/smk-circle/>

Rückfragehinweis für Medien:

ESB Marketing Netzwerk AG | Brunneggstr. 9, Postfach 519 | CH-9001 St. Gallen
Tel. +43 676 83521617 | griessenboeck@esb-online.com