**Unverpackt und Pop-up-Stores: Neue Formen des Einkaufens**

**Transkripte Audios**

Sprachniveau: B2/C1

**unverpackt1.mp3**

**Wie war es in der Anfangszeit von Original Unverpackt?**

Der Laden war am Anfang total viel besucht, aber die Leute haben total wenig gekauft. Das war sehr frustrierend und gar nicht, wie wir uns das vorgestellt haben. Wir dachten nämlich, es kommen wenig Leute, die ganz viel kaufen. Es hat sich aber mit der Zeit so entwickelt, dass tatsächlich wir viel mehr Stammkunden haben als Touristen oder Leute, die nur ein Mal kommen. Und die kaufen dann auch ihren Wocheneinkauf bei uns und davon können wir auch leben.

**unverpackt2.mp3**

**Wie bieten Sie die Lebensmittel an und warum?**

Unsere Lebensmittel werden aufbewahrt in so genannten Bins-Spendersystemen, die sind aus Plastik, aber die halten sehr, sehr lange, sie sind sehr hygienisch und für Lebensmittel geeignet. Man kann da nicht einfach so mal reingreifen, das ist so das Hauptargument für diese Behälter. Und sie sind, wie gesagt, transparent, das heißt, man sieht die Lebensmittel, so dass man immer weiß, was drin ist. Es gibt andere Unverpackt-Systeme, da ist alles immer blickdicht abgeschottet. Also, zum Beispiel hat man dann Holz oder Metall, Edelstahl davor, und ich finde, das ist nicht gut, weil man da ewig lesen muss, was ist da jetzt eigentlich drin, und nicht mit dem Auge einfach schnell erfassen kann: Ah, Kidneybohnen, rote Linsen, grüne Erbsen, sondern immer erst den Deckel aufmachen, das finde ich nicht cool.

**jesango1.mp3**

**Warum sind Pop-up-Stores für Sie als Online-Unternehmen interessant?**

Wir haben eigentlich relativ schnell gemerkt, dass Pop-up-Stores eine gute Ergänzung sind. Einmal, um seine Kunden und Kundinnen persönlich auch zu treffen und vor Ort auch mal sichtbar zu sein, damit die Kunden die Produkte mal sehen können, anfassen können, anprobieren können. Es hat aber natürlich so rein wirtschaftlich gesehen den Vorteil, dass man in der Regel nochmal deutlich schneller in einer kurzen Zeit Umsatz generiert oder dass man zum Beispiel auch Sachen, die dann lange auf Lager liegen, auch vor Ort dann nochmal schneller und besser verkaufen kann.

**jesango2.mp3**

**Was ist neben der Lage noch wichtig bei der Wahl eines Pop-up-Stores?**

Für uns als Start-Up ist natürlich immer auch die Frage: Wie hoch ist die Miete? Wie flexibel sind wir da? Können wir da auch schnell wieder raus, wenn es zum Beispiel nicht so gut läuft, dass wir uns da jetzt nicht so ein riesengroßes Risiko ans Bein binden mit so einer Mietzahlung.

**jesango3.mp3**

**Was meinen Sie, werden Pop-up-Stores in Zukunft noch populärer werden?**

Ja, würd´ich sagen, auf jeden Fall. Also, ich hab auch das Gefühl, es gibt immer mehr Pop-up-Konzepte, weil, glaube ich, gerade Start-Ups natürlich irgendwie auch davor zurückschrecken, gleich langfristig einen Mietvertrag zu unterschreiben. Also, wir haben jetzt uns diesen Sommer wirklich viele Ladengeschäfte angeschaut und eben einige auch mit einem langfristigen Mietvertrag und man überlegt halt sehr lange, wenn es darum geht, einen 3-Jahres-Mietvertrag zu unterschreiben und man halt irgendwie mehrere tausend Euro feste Miete dann jeden Monat hat. Wenn man aber die Möglichkeit hat, alle zwei Wochen seine Ladenfläche zu kündigen, dann ist das eine Entscheidung, da sagt man dann mal schnell: Ja klar, das machen wir, das probieren wir jetzt einfach mal aus.