

USP & KUNDENNUTZEN

Die GelatoPack-Box revolutioniert den weltweiten Markt für Speiseeisauslieferungen. Da es einen Bedarf und noch keine tatsächliche Lösung für eine Transportverpackung gibt, die mehr als eine Temperaturzone bietet, beweist die Abwesenheit von lieferbarem Premium-Speiseeis, sowie die hilflosen Versuche von Firmen wie Häagen Dazs ihre Eiscreme in verzehroptimaler Qualität und/oder umweltbewusst an ihre Kundschaft zu bringen. Alle Versuche sind samt und sonders gescheitert, wie nachfolgende Beispiele zeigen.

1.

Endlich weniger Müll. In **New York** kann man jetzt Eis der Firma **Häagen-Dazs** in wiederverwendbaren Metall-Dosen kaufen. Der doppelwandige Behälter aus Stahl soll das Eis während des Transports in einem optimalen Zustand halten. Nach dem Genuss wird die **Verpackung** ausgewaschen und wiederverwendet. 25.01.2019



2.

EISCREME JEDERZEIT UND ÜBERALL

Ein weiteres Testprojekt mit Häagen-Dazs-Eiscreme startete im September 2018 im Londoner Stadtteil Russell Square. Das US-amerikanische Lebensmittelunternehmen General Mills Inc. möchte über eine Kombination aus Facebook Messenger-Chatbots und Geotagging-Technologie Kunden in Echtzeit verfolgen und jederzeit und überall mit der Eiscreme beliefern können. Die Eiscreme soll in Gefrierbeuteln von einem temperaturgeregelten Lieferwagen direkt zu den Kunden transportiert werden. Resultate wurden bislang noch nicht veröffentlicht.

Durch die 2-Zonen-Kühlverpackung des GelatoPacks wird das Außer-Haus-Geschäft mit dekorierten Speiseeisbechern in verzehroptimaler Qualität ermöglicht. Hierdurch kann der bereits bestehende große Premium Speiseeis-Markt, mit Schlüsselteilnehmern wie Froneri (Häagen Dazs), Unilever (Carte d'Or) und Dunkin Donuts (Baskin'-Robbins) essenziell, um das Außer-Haus-Lieferungsgeschäft erweitert werden.

Der Stellenwert des Außer-Haus-Geschäfts wird dadurch ersichtlich, dass ein Großteil der Marktteilnehmer ein individuelles Konzept für die Außer-Haus-Abholung entwickelt haben. Am beliebtesten ist hier der verschlossene Becher zum Mitnehmen, der mitunter auch im Einzelhandel erhältlich ist. Die bisherigen Versuche eine Außer-Haus-Lieferung zu implementieren, trugen zwar einen großen Forschungs- und Versuchsaufwand mit sich, konnten sich jedoch bisher nicht durchsetzen. So erprobte Häagen-Dazs im Jahr 2018 in London einen temperaturgeregelten Lieferwagen mit Hilfe von Facebook Messenger Chatbots und einer Geotagging-Funktion als mobile Filiale einzusetzen. Im Jahr 2019 testete das Unternehmen eine wiederverwendbare Metallverpackung, die jedoch nur für Abo-Kunden von Häagen-Dazs genutzt werden konnte. Keine dieser Lösungen setzte sich am Markt durch.

Neben der Ermöglichung des Vertriebskanals Home-Delivery ist ein weiterer USP der GelatoPack GmbH die Simplizität der Implementierung, Handhabung und Wiederverwendung des Produkts. Eisdiele-Franchisen und selbständige Eisdiele können gleichermaßen, mit Hilfe von ausgelagerten Lieferdienstleistern wie Lieferando, der Kooperation mit dem Lieferservice einer nahegelegenen Pizzeria, oder einem In-House Lieferdienst, den neuen Vertriebskanal erschließen.

Auch der Einstieg von Start-Up-Einzelunternehmens ist ohne großen Kapitalaufwand möglich. Dazu braucht es nur das GelatoPack, ein Lieferfahr/-zeug/-rad, eine gebrauchte Kühltheke im Hause und einen Speiseeislieferanten.