



# **TSCHÜSS WERBEVERSPRECHEN. HALLO TRANSPARENZ!**

**Unverpackt. Konzept und Markenentwicklung  
eines ökologisch, nachhaltigen Shop-Designs**

**Betreut von Prof. Dr. phil. Martin Ludwig Hofmann  
und Prof. Dipl.-Ing. Ulrich Nether**

**Bachelorthesis - Sabrina Kraft - TH OWL**

## **Die Kurzfassung:**

**Echt regional, echt unverpackt,  
echt persönlich und gleichzeitig echt digital.  
Echt ohne Kompromisse.**

Neugierig?

Dann folgt nun die Bachelorarbeit in Kurzform.

## Die Idee

Im Rahmen meiner Bachelorarbeit entstand die Idee eines nachhaltigen und unverpackten Shop-Konzepts, das ein leicht verständliches und transparentes Einkaufserlebnis ermöglicht, bestehende Kaufhürden abbaut und so zu einem zukunftsfähigen und selbstverständlichen Einkaufsprinzip wird.



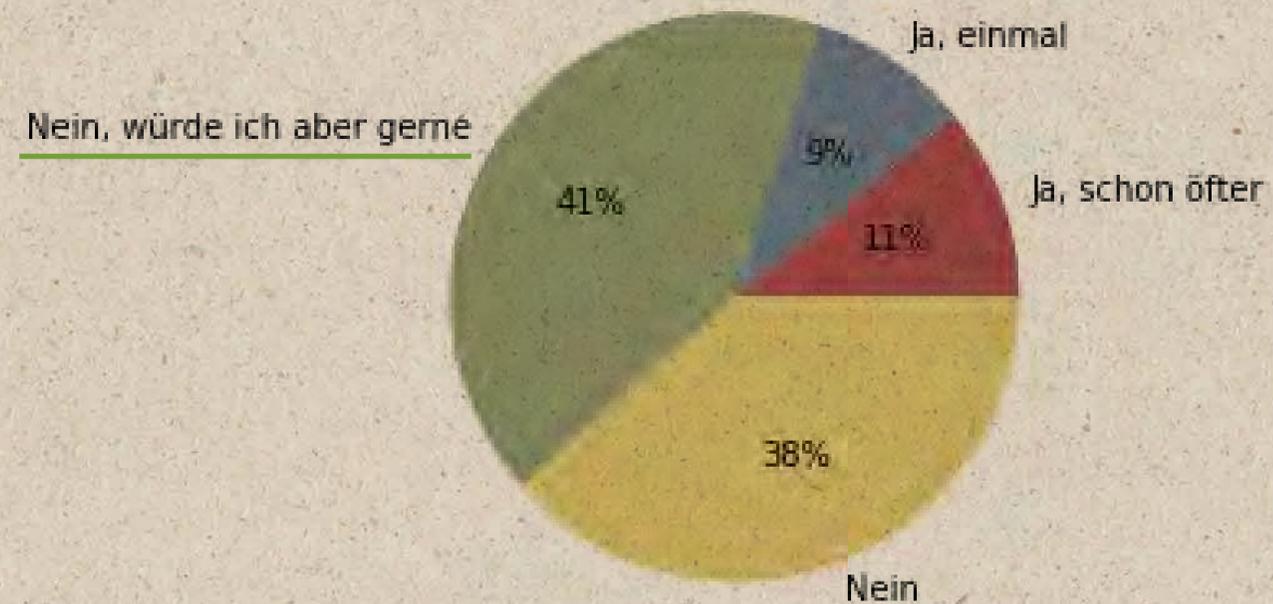
Weil Bilder zwischendurch bekanntlich immer spannend sind, hier ein erster Einblick.

## Zuerst ein klein wenig Theorie...

Wer sind potenzielle Kunden des unverpackten Einkaufskonzeptes, welche Bedürfnisse haben sie und wie können mehr Kunden angesprochen werden?

# „Hast Du schon einmal in einem Unverpackt-Laden eingekauft?“

Quelle: Online-Umfrage im Rahmen der Bachelorarbeit - Hast du schon einmal einen Unverpackt-Laden besucht?

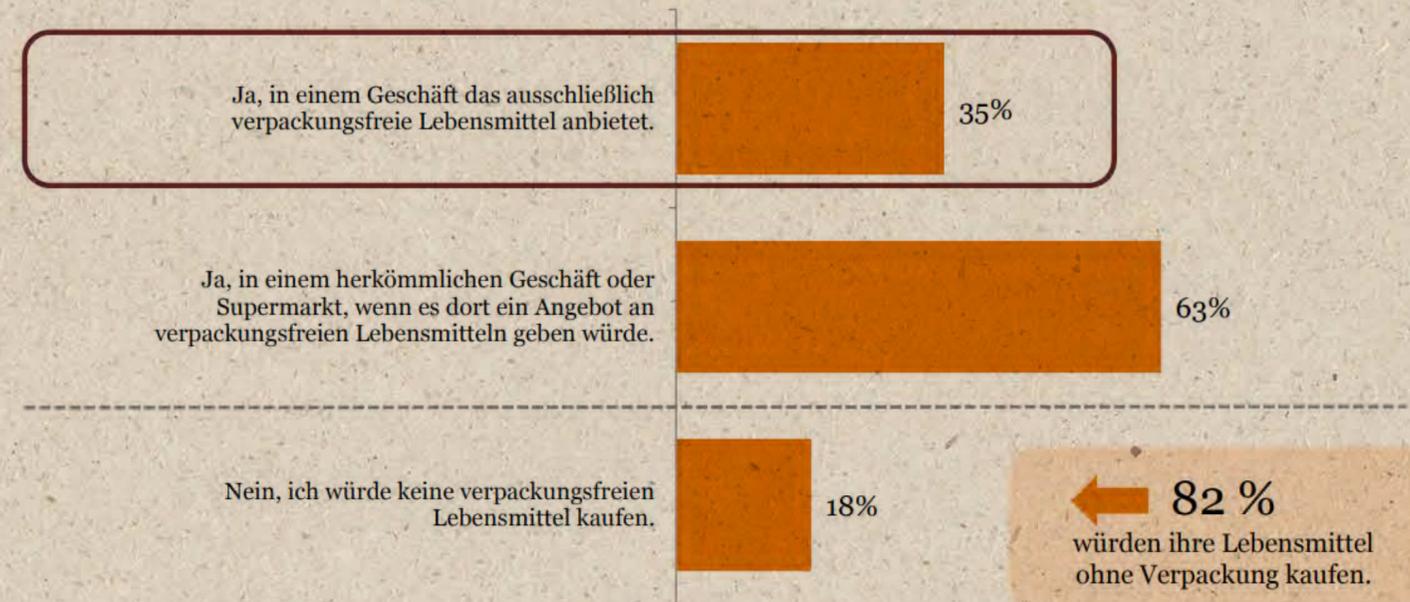


# Wie viele Kunden wären bereit, unverpackt einzukaufen?

Quelle: PWC, Verpackungsfreie Lebensmittel 2015

**82 % der Befragten würden ihre Lebensmittel ohne Verpackung kaufen**

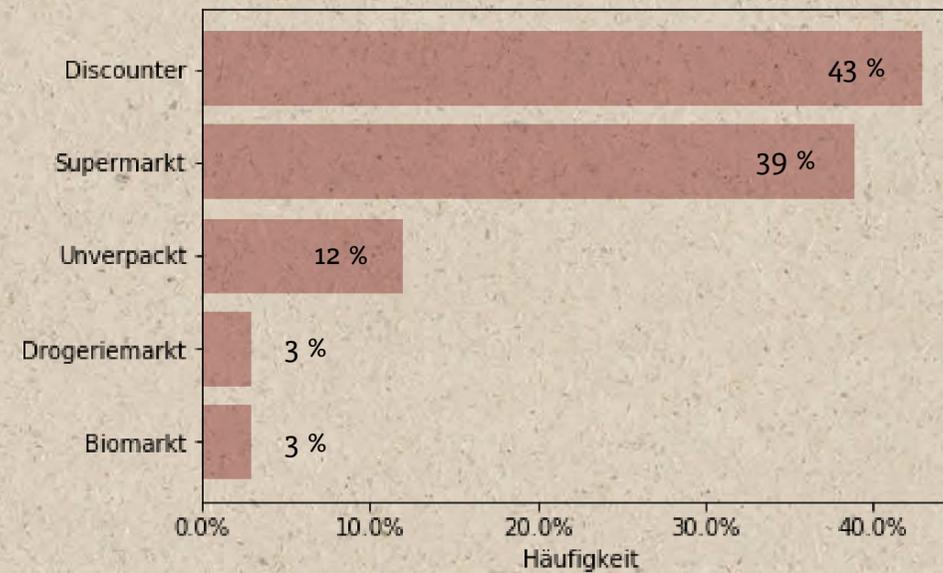
Wenn es die Möglichkeit gäbe, Lebensmittel verpackungsfrei zu kaufen, würden Sie dies nutzen?



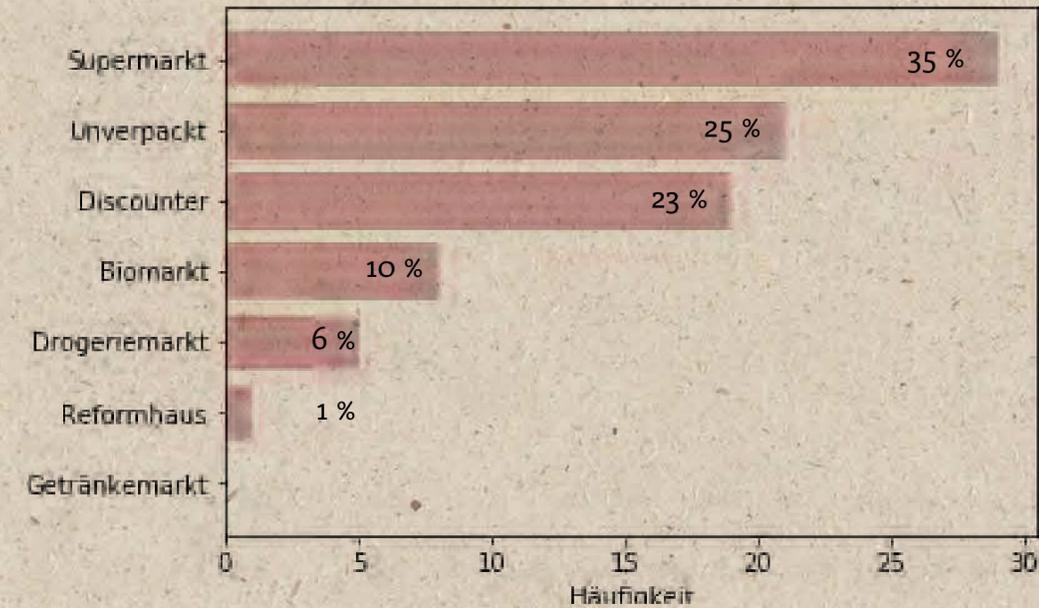
# Warum wird also noch überwiegend in Supermärkten und Discountern eingekauft?

Quelle: Online-Umfrage im Rahmen der Bachelorarbeit - Nutzung der Einzelhandelsformen

## Gesamtteilnehmer



## Unverpackt-Kunden



## „Warum würdest du nicht regelmäßig unverpackt einkaufen?“

Quelle: Online-Umfrage im Rahmen der Bachelorarbeit

- **Zu hoher Preis (24,2%)**
- **Lage/ zu weit entfernt (23,2%)**
- **Fehlendes/ zu kleines Sortiment (14,4%)**
- **Zu umständlich (14%)**
- **Hygiene (5,6%)**
- **Weitere Aspekte (18,6%)**  
fehlende Parkplätze, fehlende Informationen, gewohnte Produkte,

# **Genug Theorie? Nun zum Konzept.**

Falls Kaufhürden, Kundenbedürfnisse und Weiteres  
Interesse geweckt haben - nachzulesen in meinem Booklet.

# Markenentwicklung

## **Mission**

**Wir sind Dein Unverpackt-Markt.**

**Wir setzen uns jeden Tag dafür ein, Deinen Einkauf ein Stück einfacher und nachhaltiger zu machen. Dafür schaffen wir transparente Preise, bieten eine große Auswahl regionaler, biologischer Produkte, Mitarbeiter vor Ort, die Dich persönlich beraten und eine App, in der Du alles vom Sortiment bis zum Rezept findest - jeden Tag ein Stück nachhaltiger einkaufen. Echt ohne Kompromisse.**

## **Vision**

**Wir werden das Einkaufen der Zukunft nachhaltig verändern.  
Durch unser Konzept, das sich auf wichtige Werte rückbesinnt und gleichzeitig mit Blick in die Zukunft vorangeht, sich digitalisiert und stetig an Kundenwünschen orientiert und weiterentwickelt, schaffen wir ein neues Verständnis des Einkaufs.**

## **Hauptunterscheidungsmerkmal**

**Echt regional, echt unverpackt, echt persönlich und gleichzeitig echt digital.  
Echt ohne Kompromisse.**

# Was bedeutet das konkret?

## Produkt

- regional, biologisch oder fair gehandelt
- Preise und Herkunft transparent
- alle Informationen einfach und verständlich kommuniziert
- Einkauf vor Ort oder Lieferung per Lastenrad
- App und Website bieten Infos zu Produkt, Sortiment & Einkaufsprinzip
- Mitarbeiter vor Ort bieten persönliche Beratung und Unterstützung

## Preis

- zwei Preiskategorien „Basic“ (Bioqualität) und „Plus“ (Demeter-Qualität)

## Distribution

- Bevorzugt direkte Struktur Hersteller - Konsument
- Multikanal-Struktur aufgrund weniger Produkte von Großhändlern

## Das Logo

Eine Mission, ein Claim,  
ein Name - ECHT OHNE.

Ergänzt durch  
„Dein Unverpackt-Markt“ steht dieser Name für  
echte Produkte, ohne alles, was du nicht brauchst.

Dein Unverpackt-Markt ist mehr als ein Laden,  
er ist dein 24h Wochenmarkt,  
regional, frisch und echt.

**ECHT  
OHNE**

**DEIN UNVERPACKT-MARKT**  
**ECHT OHNE KOMPROMISSE**

# Die Motivik

**TSCHÜSS  
WERBE-  
VERSPRECHEN.  
HALLO  
TRANSPARENZ!**

**ECHT OHNE KOMPROMISSE.**  
Regional, persönlich und digital.  
Dein Unverpackt-Markt.

Am Phoenixsee, Rudolf-Platte-Weg 7, 44263 Dortmund

© ECHT-OHNE auch als App!

**ECHT OHNE**  
DEIN UNVERPACKT-MARKT  
ECHT-OHNE.DE

**TSCHÜSS  
SPRITZMITTEL.  
HALLO  
TRANSPARENZ!**

**ECHT OHNE KOMPROMISSE**  
Regional, persönlich und digital.  
Dein Unverpackt-Markt.

Am Phoenixsee, Rudolf-Platte-Weg 7, 44263 Dortmund

© ECHT-OHNE auch als App!

**ECHT OHNE**  
DEIN UNVERPACKT-MARKT  
ECHT-OHNE.DE

**TSCHÜSS  
MASSENWARE.  
HALLO  
TRANSPARENZ!**

**ECHT OHNE KOMPROMISSE.**  
Regional, persönlich und digital.  
Dein Unverpackt-Markt.

Am Phoenixsee, Rudolf-Platte-Weg 7, 44263 Dortmund

© ECHT-OHNE auch als App!

**ECHT OHNE**  
DEIN UNVERPACKT-MARKT  
ECHT-OHNE.DE

**TSCHÜSS  
MOGELPACKUNG.  
HALLO  
TRANSPARENZ!**

**ECHT OHNE KOMPROMISSE.**  
Regional, persönlich und digital.  
Dein Unverpackt-Markt.

Am Phoenixsee, Rudolf-Platte-Weg 7, 44263 Dortmund

© ECHT-OHNE auch als App!

**ECHT OHNE**  
DEIN UNVERPACKT-MARKT  
ECHT-OHNE.DE

**TSCHÜSS  
GENTECHNIK.  
HALLO  
TRANSPARENZ!**

**ECHT OHNE KOMPROMISSE.**  
Regional, persönlich und digital.  
Dein Unverpackt-Markt.

Am Phoenixsee, Rudolf-Platte-Weg 7, 44263 Dortmund

© ECHT-OHNE auch als App!

**ECHT OHNE**  
DEIN UNVERPACKT-MARKT  
ECHT-OHNE.DE

# Geschäftspapiere

Echt Ohne GmbH, Am Phoenixsee, Rudolf-Platte-Weg 7, 44263 Dortmund



Platte-Weg 7, 44263 Dortmund



Echt Ohne GmbH  
Rudolf-Platte-Weg 7, 44263 Dortmund  
www.echt-ohne.de  
0231 / 356445



## GUTSCHEIN

WERT:

Echt Ohne GmbH,  
Rudolf-Platte-Weg 7  
44263 Dortmund

[ECHT-OHNE.DE](http://ECHT-OHNE.DE)  
@ ECHT-OHNE



4 260553763913



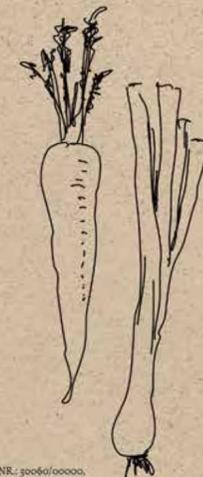
## ECHT OHNE KOMPROMISSE.

GESCHÄFTSFÜHRER: Max Mustermann, SITZ: Dortmund, REGISTERGERICHT: Amtsgericht Dortmund, HRB 000000, STEUER-NR.: 30060/00000,  
UST-IDNR.: DE 123087456, BANKVERBINDUNG: Sparkasse Dortmund, IBAN DE73 6635 0036 0007 1247 12, BIC BRUSDE66XXX



## ECHT OHNE KOMPROMISSE.

GESCHÄFTSFÜHRER: Max Mustermann, SITZ: Dortmund, REGISTERGERICHT: Amtsgericht Dortmund, HRB 000000, STEUER-NR.: 30060/00000,  
UST-IDNR.: DE 123087456, BANKVERBINDUNG: Sparkasse Dortmund, IBAN DE73 6635 0036 0007 1247 12, BIC BRUSDE66XXX



## PROMISSE.

mtsgericht Dortmund, HRB 000000, STEUER-NR.: 30060/00000,  
BAN DE73 6635 0036 0007 1247 12, BIC BRUSDE66XXX

# Flyer

Recyceltes Papier, schwarze Elemente und digital handgezeichnete Motive prägen das visuelle Markenbild



# App



# Website



## HALLO, WIR SIND ECHT OHNE DEIN UNVERPACKT-MARKT

Willkommen bei ECHT OHNE!

Wir setzen uns jeden Tag dafür ein, Deinen Einkauf ein Stück einfacher und nachhaltiger zu machen und freuen uns, dass wir Dein Interesse wecken können.

Unter unserem Motto ECHT OHNE KOMPROMISSE, bieten wir dir viele Vorteile:

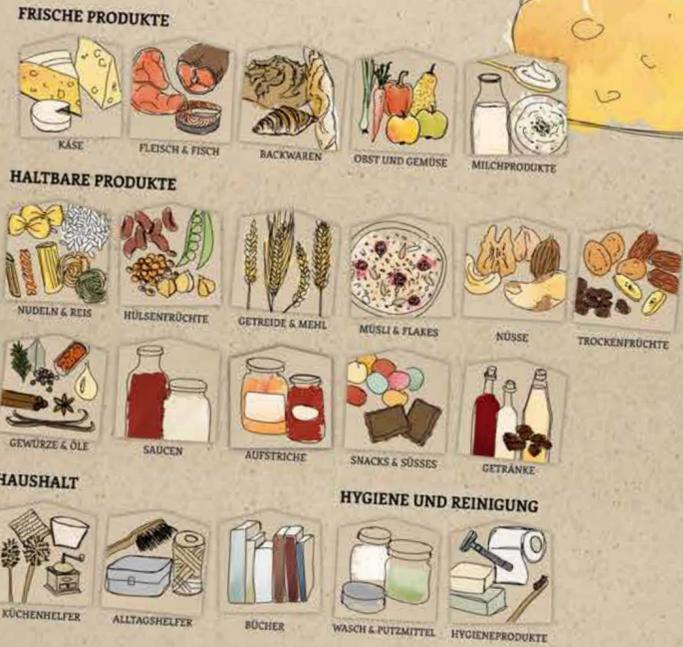


## WIE KÖNNEN WIR DIR WEITERHELFFEN?



## UNSER SORTIMENT

Wir bieten Dir alles von frischen Lebensmitteln bis zu Nonfood Produkten. Damit du Deinen Einkauf planen kannst, ist uns Transparenz sehr wichtig. Bei uns findest du sowohl im Markt, als auch Online, ausführliche Informationen zu jedem Produkt.



## WIE GEHT UNVERPACKT EINKAUFEN?

Unverpacktes Einkaufen ist gar nicht schwer. Du bringst einfach deine zuhause vorhandenen Dosen, Beutel oder Gläser mit und füllst sie genau mit der Menge, die du gerne kaufen möchtest. Solltest du einmal spontan mehr kaufen wollen, ist das auch gar kein Problem. Wir bieten kostenlose Gläser von Kunden, für Kunden und Du kannst bei uns auch Gläser und Beutel kaufen. Kommt also auch gerne einmal spontan vorbei.

## WIE GEHT UNVERPACKT EINKAUFEN?

Unverpacktes Einkaufen ist gar nicht schwer. Du bringst einfach deine zuhause vorhandenen Dosen, Beutel oder Gläser mit und füllst sie genau mit der Menge, die du gerne kaufen möchtest. Solltest du einmal spontan mehr kaufen wollen, ist das auch gar kein Problem. Wir bieten kostenlose Gläser von Kunden, für Kunden und Du kannst bei uns auch Gläser und Beutel kaufen. Kommt also auch gerne einmal spontan vorbei.

## WIE GENAU LÄUFT DER EINKAUF AB?

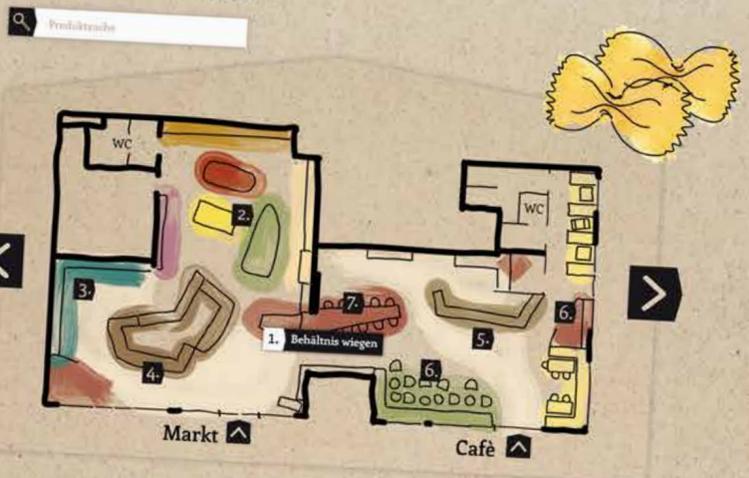


## WAS MUSS ICH MITBRINGEN?

Ganz egal ob Beutel, Glas oder Dose, bringe einfach mit, was du zuhause hast. Einfacher Stoffbeutel eignen sich aufgrund ihrer Leichtigkeit und des kleinen Volumens hervorragend für gröbere Schüttgüter, Gebäck oder Obst und Gemüse. Für feinere Produkte wie Mehl oder Müll sind Gläser oder Dosen super geeignet und für Flüssigkeiten wie Essig, Öl oder auch Spülkonzentrat sind Flaschen eine gute Wahl. Gewürze kannst du prima in kleinen Gläsern oder direkt in denen Gewürztruern verstauen. Frisches Käse kannst du zum Beispiel in ein Wachstuch wickeln, frisches Fleisch ist am besten in einer dichten Dose aufgehoben und einige Waren kannst du auch einfach direkt im Pfandglas mitnehmen.



## ENTDECKE DEN LADEN



## Wichtig - Die Lage des Ladenlokals

### Gute Erreichbarkeit

- zu Fuß
- mit dem Rad
- mit dem Auto

### Zentrale Lage

= einfache  
Integration  
in den Alltag



# Das Ladenlokal - Außenansicht



Ansicht Nord

Ansicht West

**Genug Marketing?**

**Jetzt zum innenarchitektonischen Konzept.**

Ein Konzept, das wachsen und nach und nach  
in vielen Städten entstehen kann.

# Materialität



**Conbou  
Leichtbauplatte**  
Bambuskern Trägerschicht Lärche



**Organoid  
Tapete**

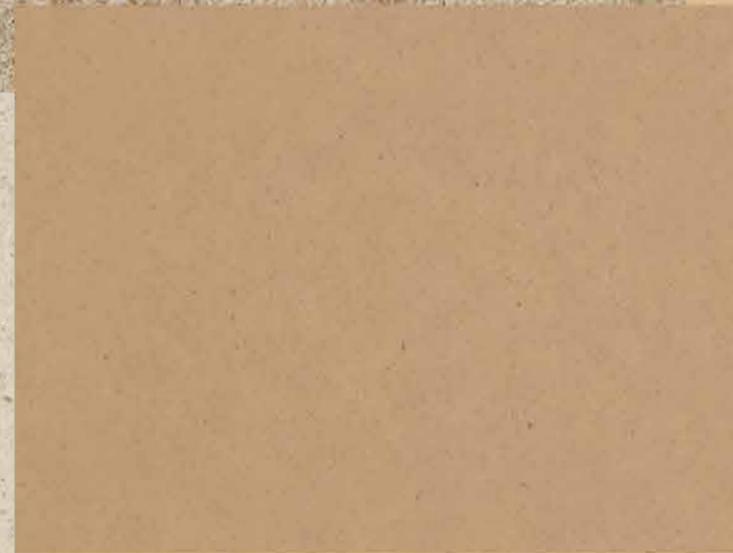
Material - Gemahlene Zuckerrübenschnitzel  
Trägerschicht Flachsvlies



**Dreischicht-  
platte Lärche**  
Heimisches Nadelholz mit  
fester Struktur



**Terazzo**  
aus Recyclten Baustoffen



**Pureline Bioboden**  
Melange und Floating  
Material - ecuran (Raps- oder Rizinusöl  
und mineralische Stoffe wie Kreide)





Weitere  
Organoid  
Obeflächen





**Cafetisch Lockengelöt**  
Umgearbeitete B-Ware Ölfässer



**Stuhl Emeco Alfi**  
Formschale aus recycling-Kunststoff  
und Holzgestell



**Petlamp  
Leuchten**  
reuse of PET plastic bottles  
kombiniert mit traditionellen Techniken  
und natürlichem Material

## Und nun zum Grundriss

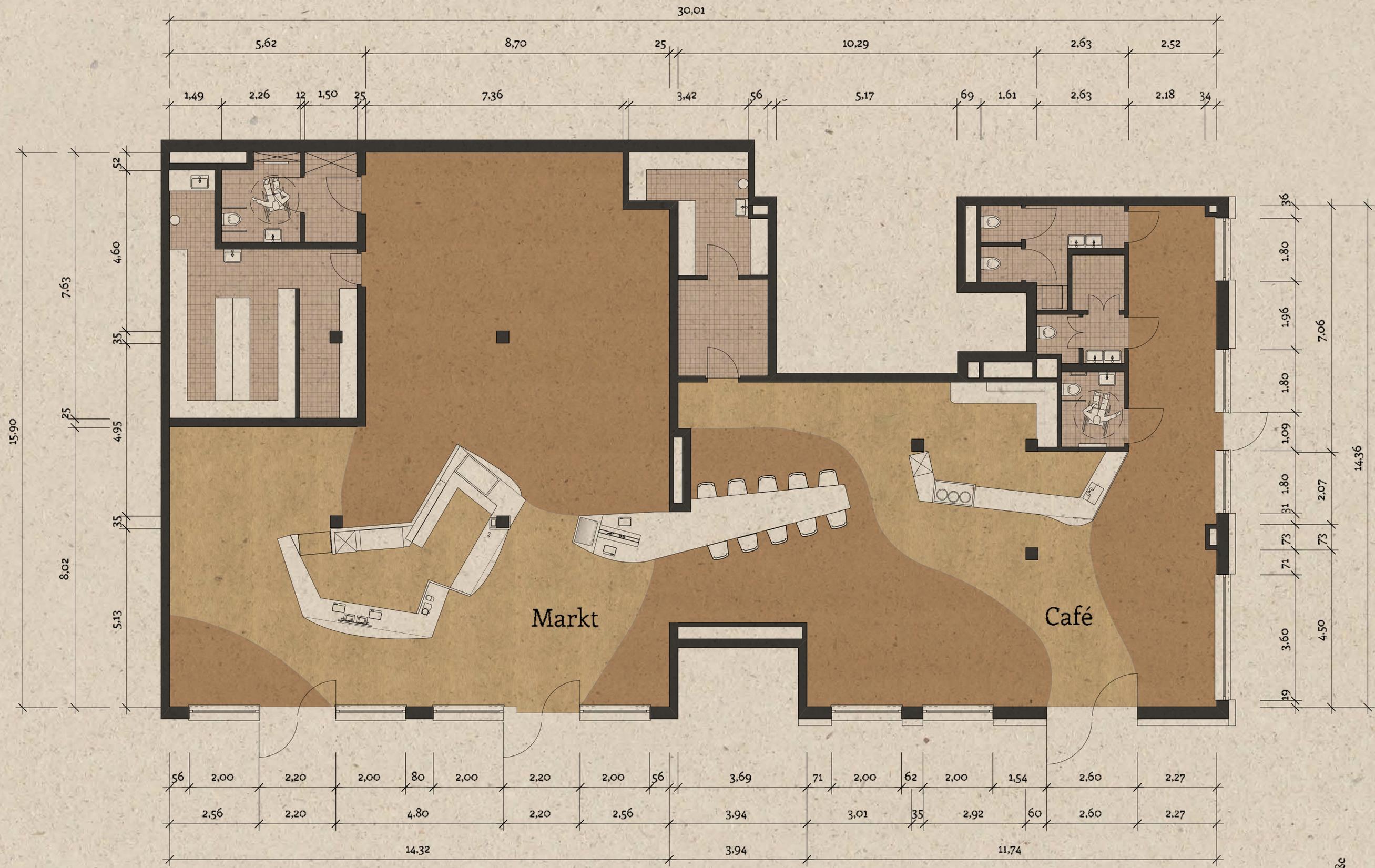
Drei freie Thekenelemente gliedern den Raum in

- Café
- Wokshop und Kaffeebar
- Unverpackt-Markt

Die Theke im Übergangsbereich empfängt den Kunden, bietet Informationen und beinhaltet die erste Station des unverpackten Einkaufens - das Wiegen der Behältnisse.

Organische Formen des Bodens unterstützen die Zonierung, Farben und Materialien schaffen im Café ruhige und aktive Zonen sowie verschiedene Produktabteilungen im Markt.

Was möchtest du noch wissen? Ich hoffe die folgenden Pläne und Ansichten erklären dir alles.



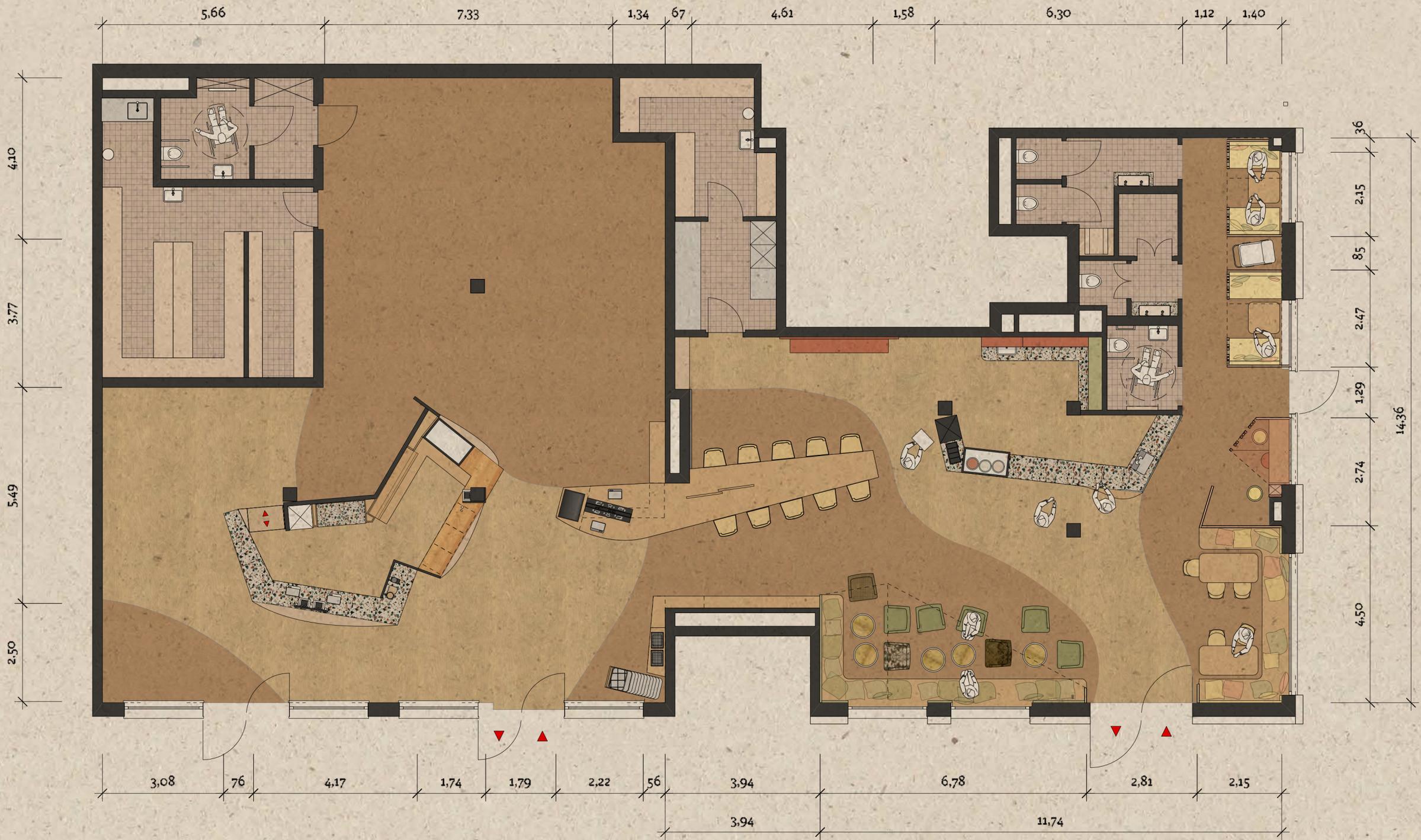
30,01  
 5,62 8,70 25 10,29 2,63 2,52  
 1,49 2,26 12 1,50 25 7,36 3,42 56 5,17 69 1,61 2,63 2,18 34

15,90  
 7,63  
 52  
 4,60  
 35  
 25  
 4,95  
 35  
 8,02  
 5,13

36  
 1,80  
 1,96  
 7,06  
 1,80  
 1,09  
 1,80  
 31  
 1,80  
 2,07  
 71  
 73  
 73  
 3,60  
 4,50  
 14,36  
 19

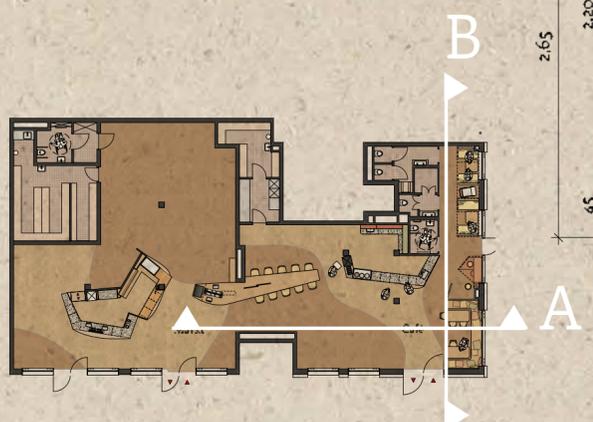
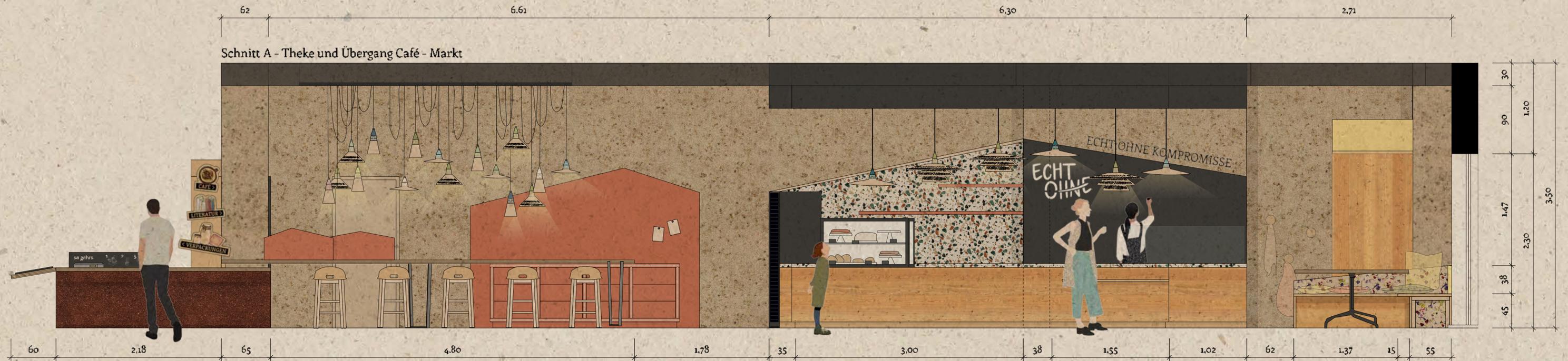
56 2,00 2,20 2,00 80 2,00 2,20 2,00 56 3,69 71 2,00 62 2,00 1,54 2,60 2,27  
 2,56 2,20 4,80 2,20 2,56 3,94 3,01 35 2,92 60 2,60 2,27  
 14,32 3,94 11,74

Straße  
 Fußgängerzone



# Übergang - Kaffeebar und Workshop

# Cafétheke

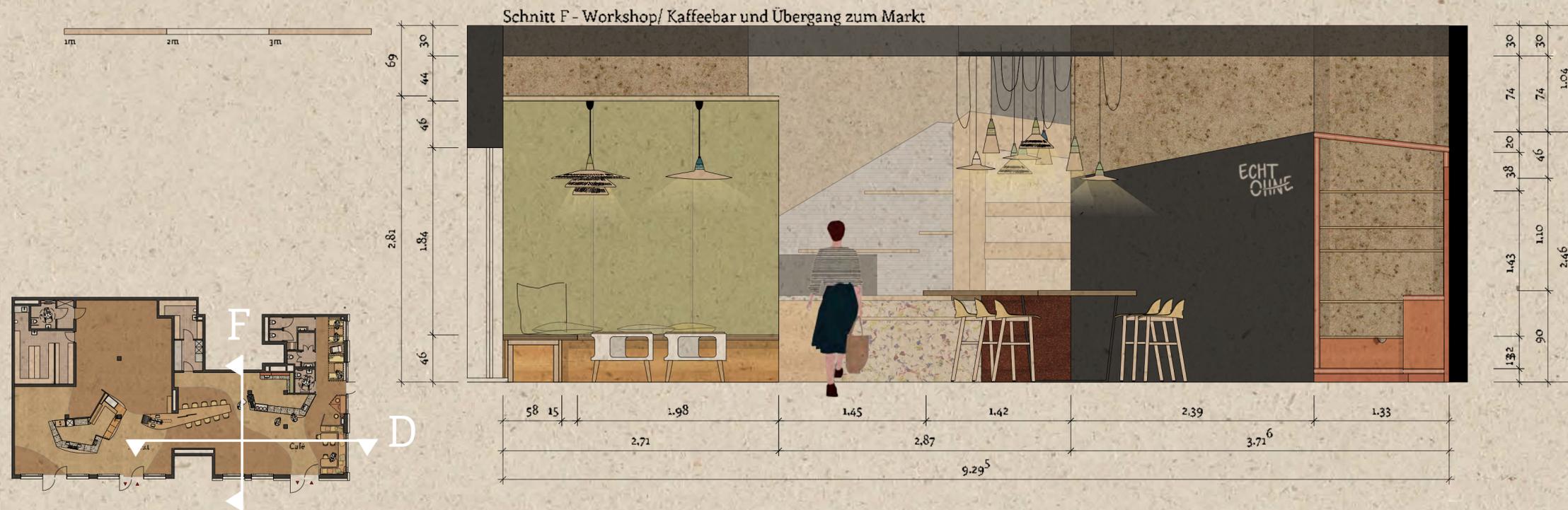
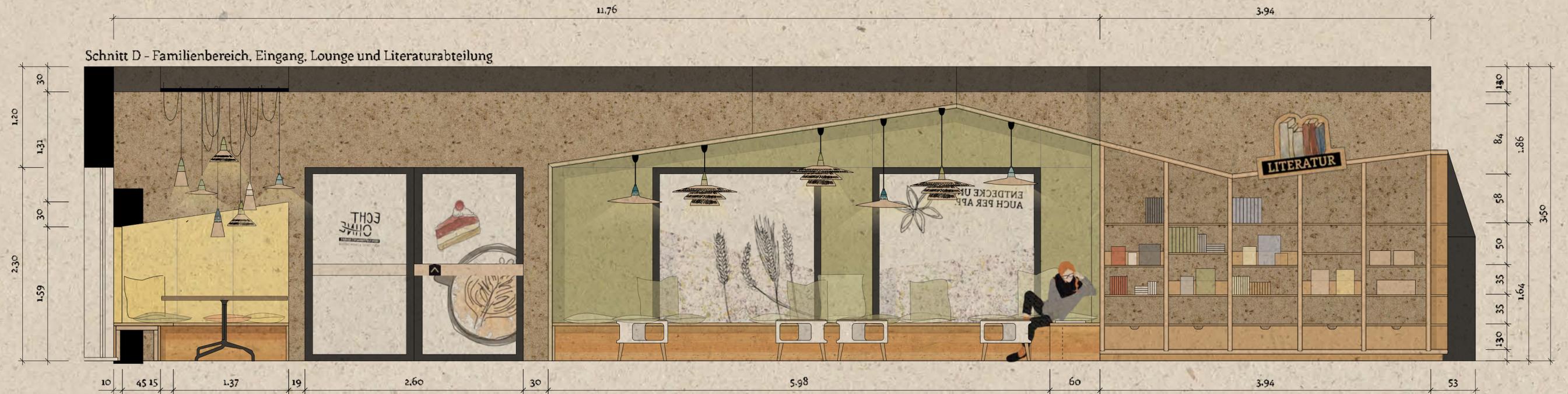


ruhige Nischen

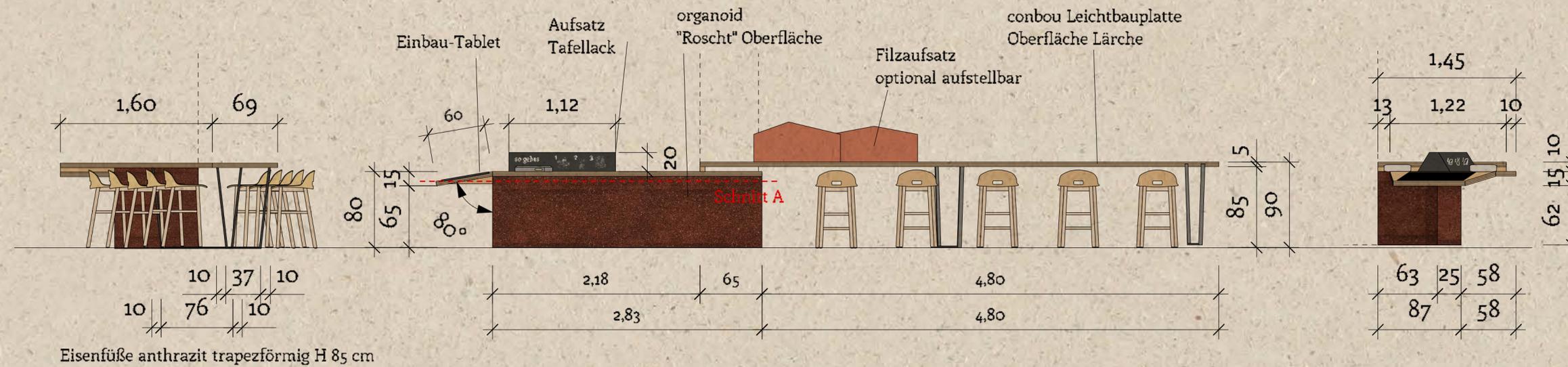
aktiver Familienbereich

# aktiver Familienbereich

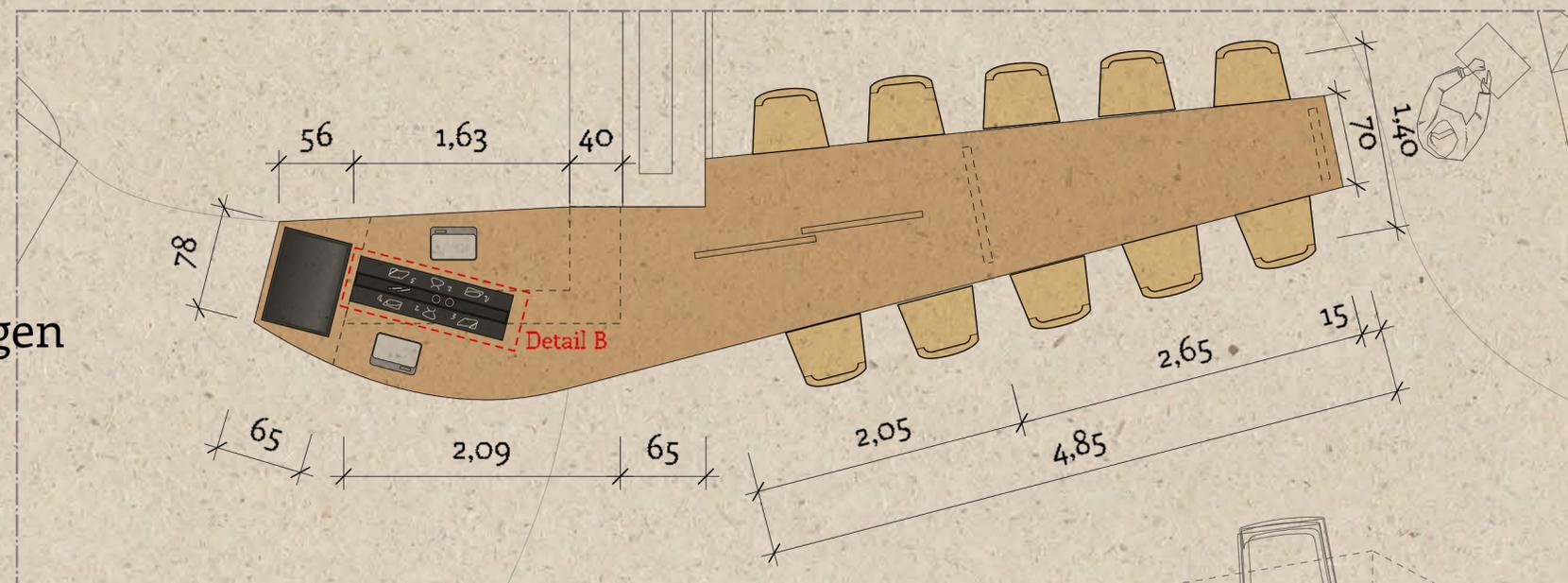
# Übergang - Literaturabteilung (Nachhaltiges zum Probelesen)



# Die verbindende Theke

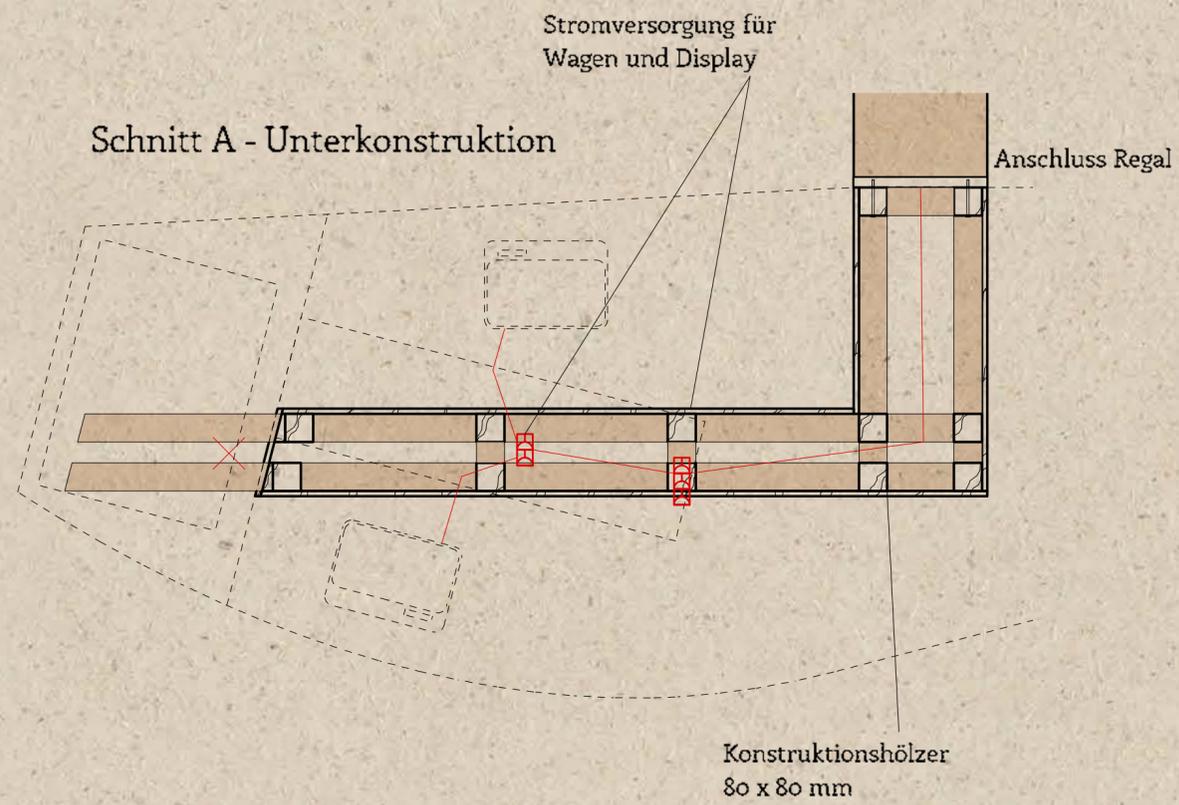


informieren  
 und Behältnisse wiegen

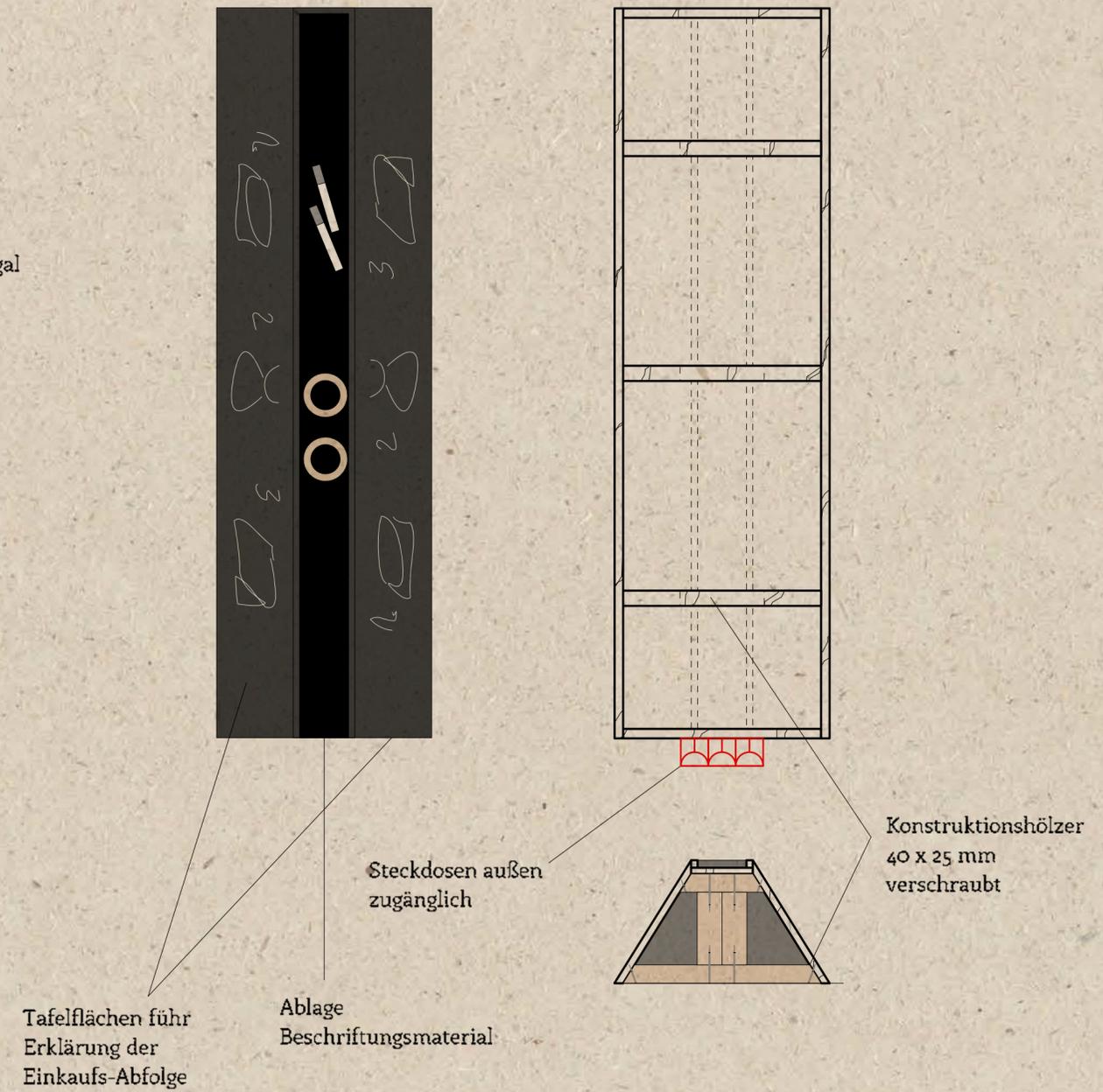


Kaffee genießen  
 oder an Workshop  
 teilnehmen

# Die verbindende Theke



## Detail B - Multifunktionaler Aufsatz





BESTELLUNG >

Heute  
Apfel-  
kuchen  
mit  
Vanille  
Sahne

ECHT OHNE KOMPROMISSE

ECHT  
OHNE

BRÜLETT  
ANGABE

Brigadeiro  
Honeycomb  
Bûche de  
Bûche



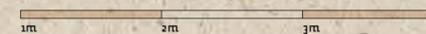
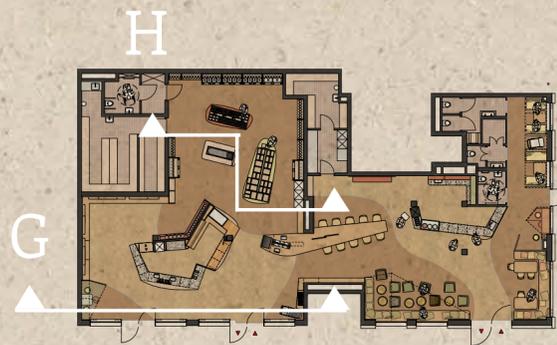




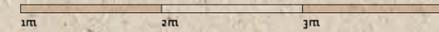
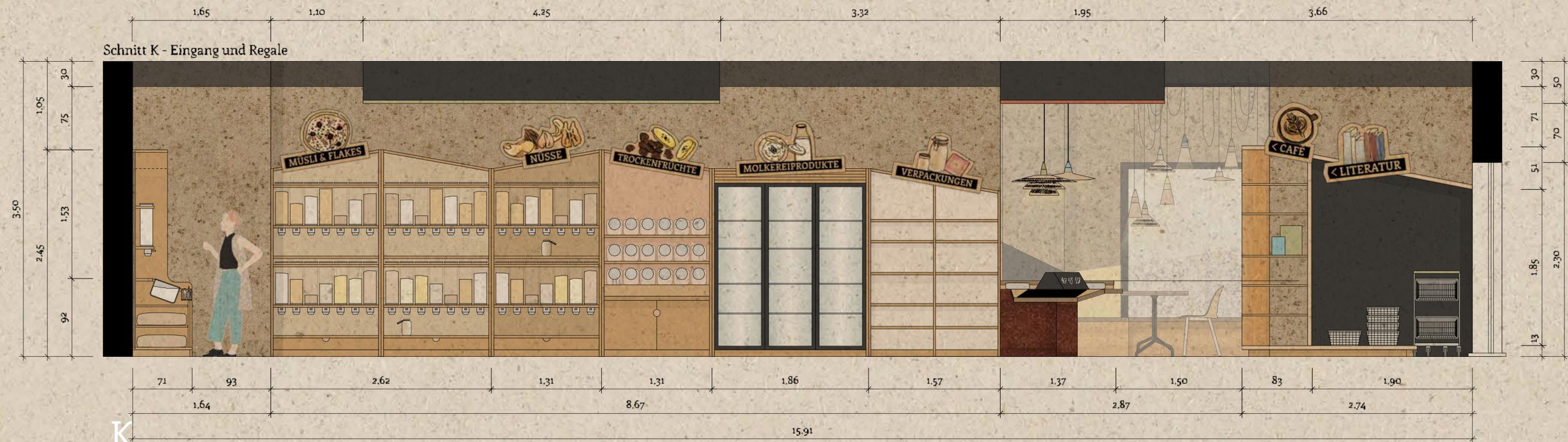
# Abfolge und Aufteilung im Markt



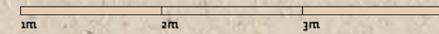




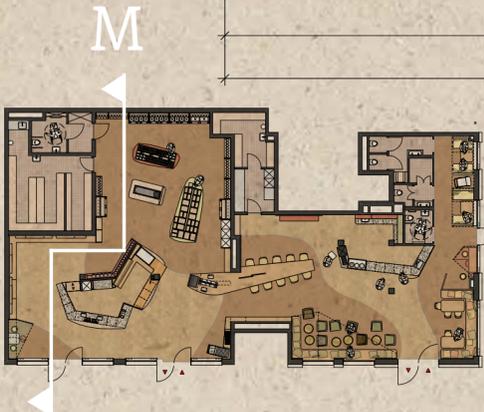
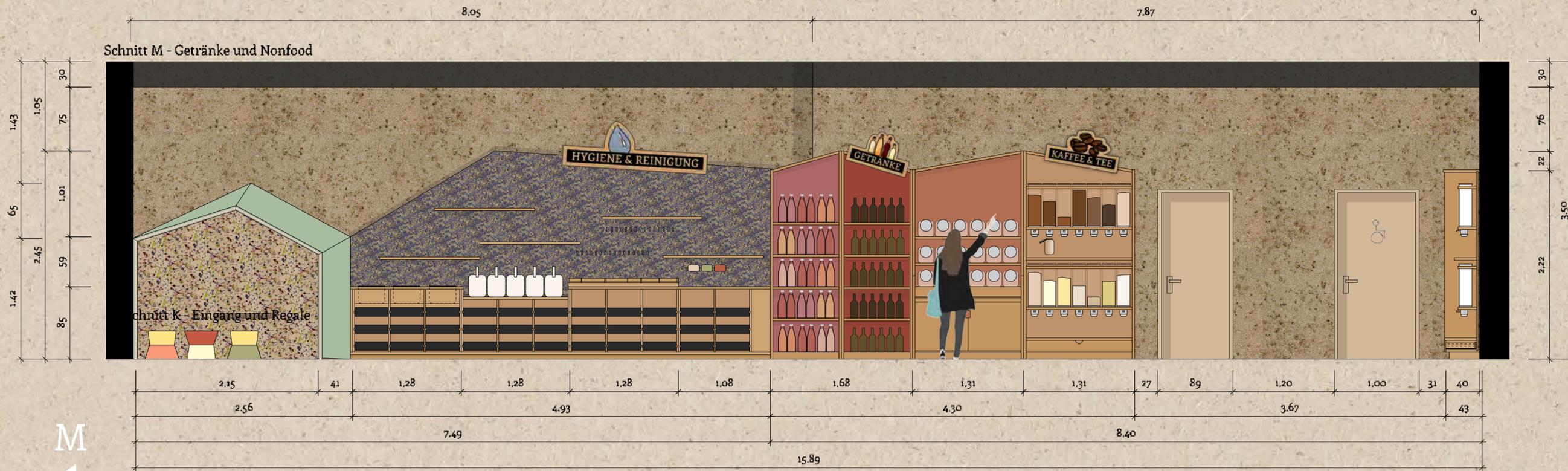
Schnitt K - Eingang und Regale



Schnitt L - Frischetheken und Produkttheken



Schnitt M - Getränke und Nonfood









**HYGIENE & REINIGUNG**

Putzschwämme

Seife Zitrone

Seife Rose

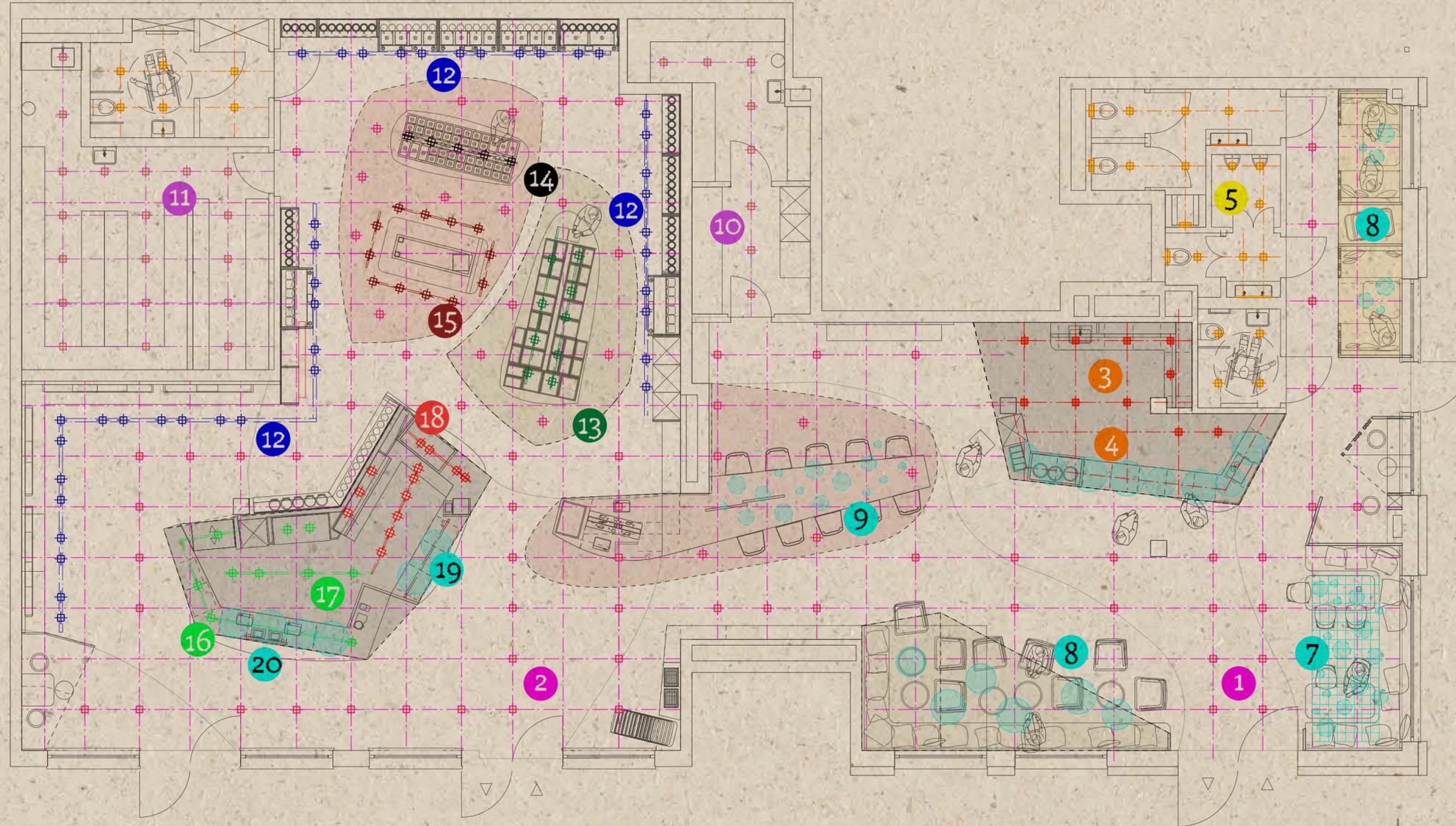
Handseife

Spülmittel

Zahnpasta

Tücher

# Lichtinstallation und Schaltkreise



-  Allgemeinbeleuchtung 300 lx, 4000K Spot mit Schienensystem schwarz
-  Produktbeleuchtung 500 lx, 3500K Spot mit Schienensystem schwarz
-  Lagerbereich 300 lx, 4000K Spot mit Schienensystem einfach
-  Sanitärbereich 200 lx, 3000K Spot deckenmontage schwarz
-  Sanitär Akzentbeleuchtung Wand 200 lx, 3000K

-  Produktbeleuchtung Saucen/ Öle 500 lx, 3000K Spot, einbau in Abhang
-  Produktbeleuchtung Frischetheke 500 lx, 2000K Spot, einbau in Abhang
-  Produktbeleuchtung Obst/ Gemüse 500 lx, 2700K Spot, einbau in Abhang
-  Produktbeleuchtung Gewürze 500 lx, 3000K Spot, einbau in Abhang
-  Produktbeleuchtung Backwaren 500 lx, 2500K Spot, einbau in Abhang

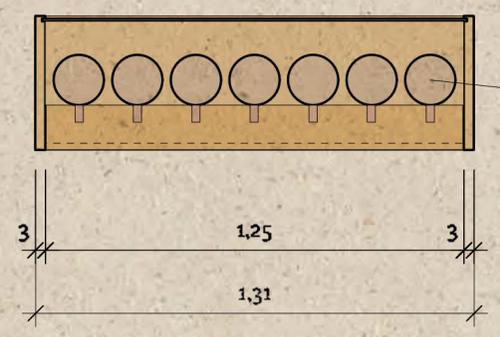
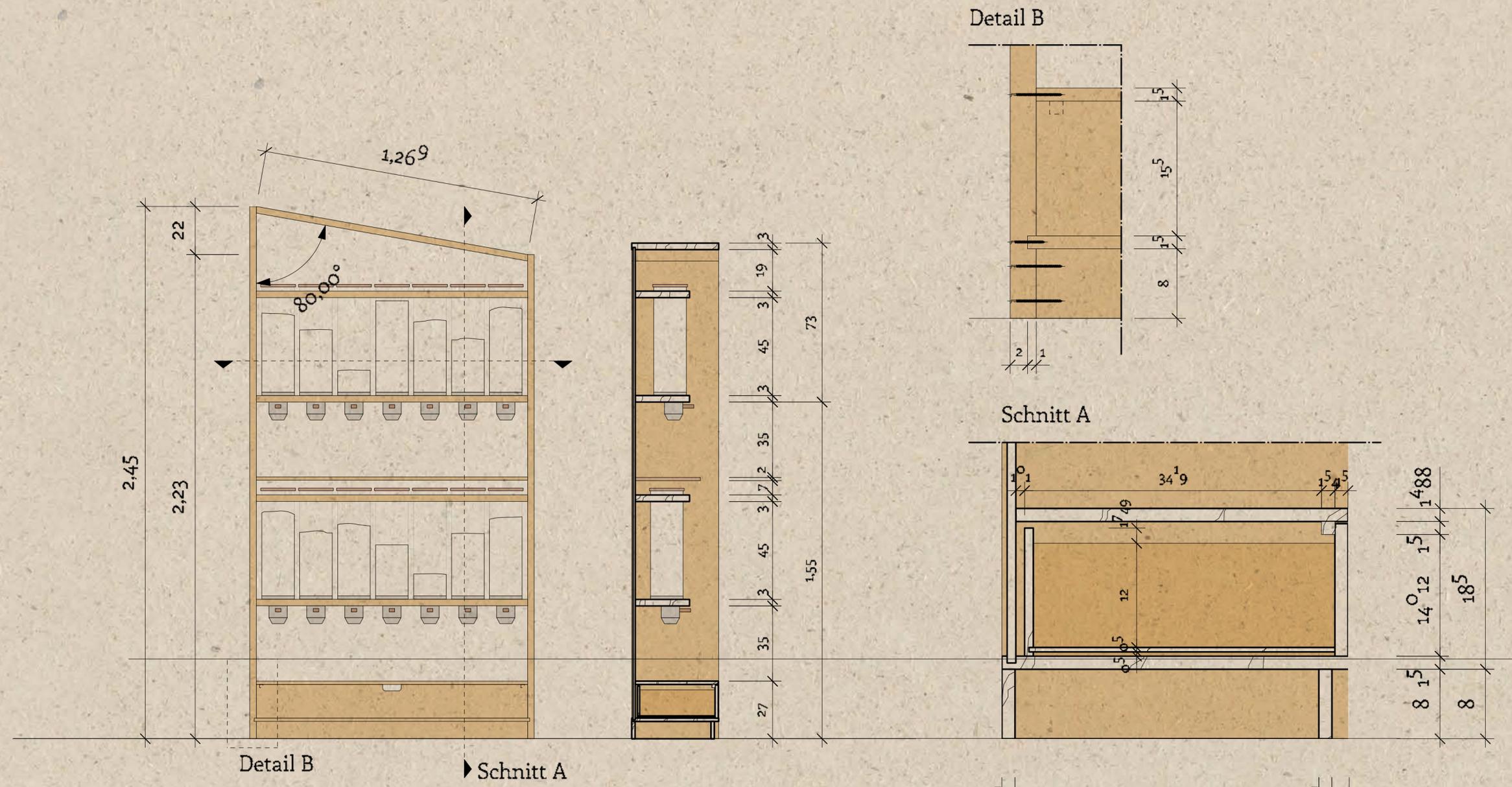
-  Arbeitsbeleuchtung Cafe 500 lx, 3500K Spot, einbau in Abhang
-  Arbeitsbeleuchtung Markt 500 lx, 4000K Spot, einbau in Abhang
-  Stimmungsvolle Pendelleuchten dimmbar 50-200 lx, 2500K Spot, Petlamp Modell "Chimbarongo L-B" ø 68 und "Chimbarongo Triple" ø 77
-  Stimmungsvolle Pendelleuchten dimmbar 50-200 lx, 2500K Spot, Petlamp Modell "Chimbarongo Set", mit 3 bzw 18 Leuchten



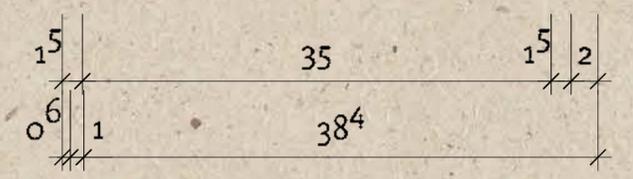
## **Möbelentwicklung**

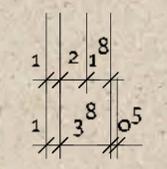
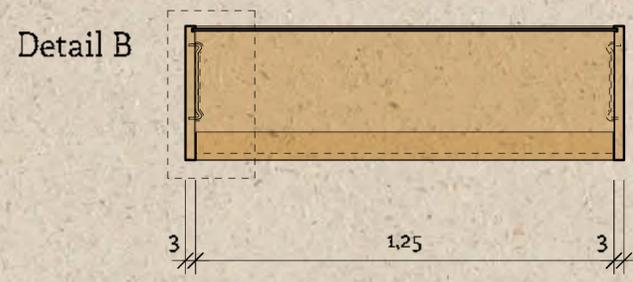
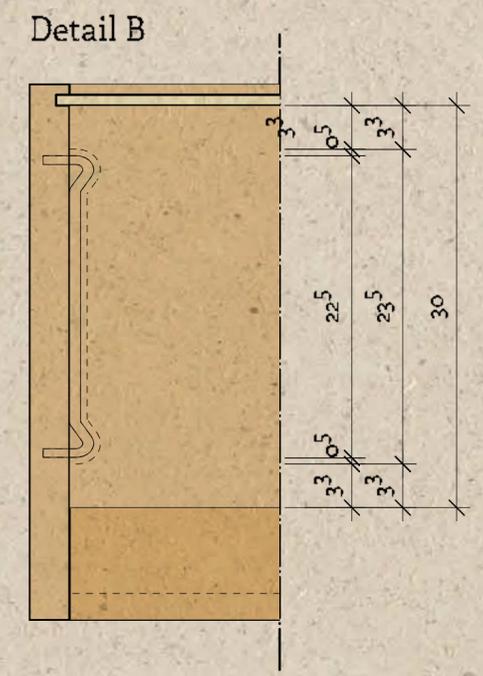
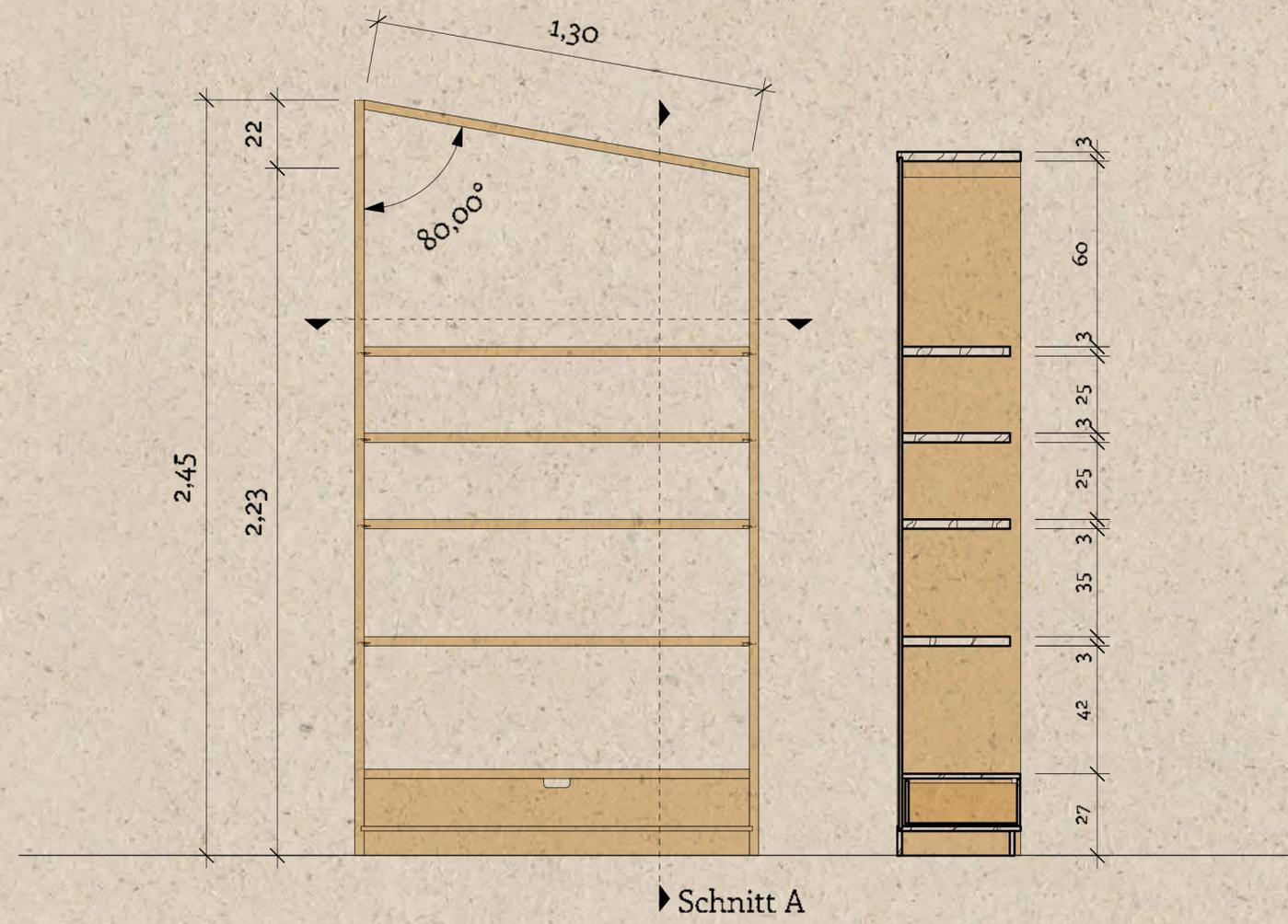
Analysierte Schwierigkeiten bei dem Unverpackt-Einkauf

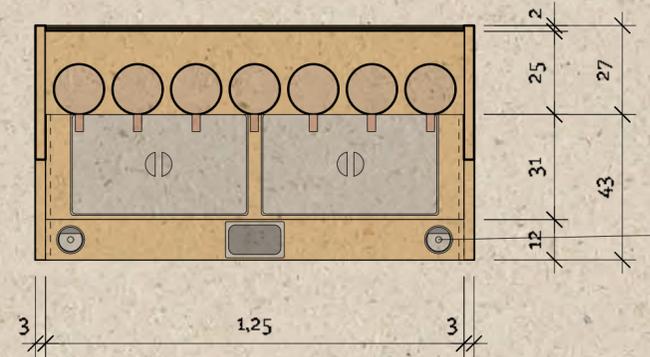
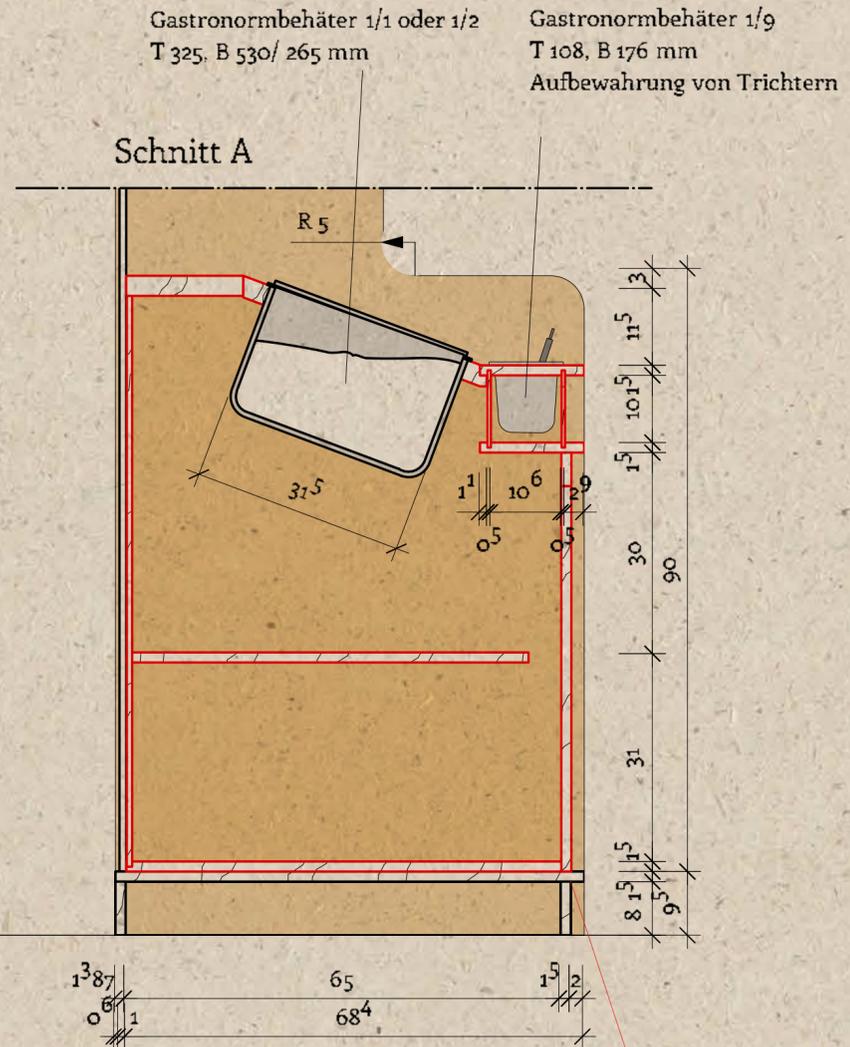
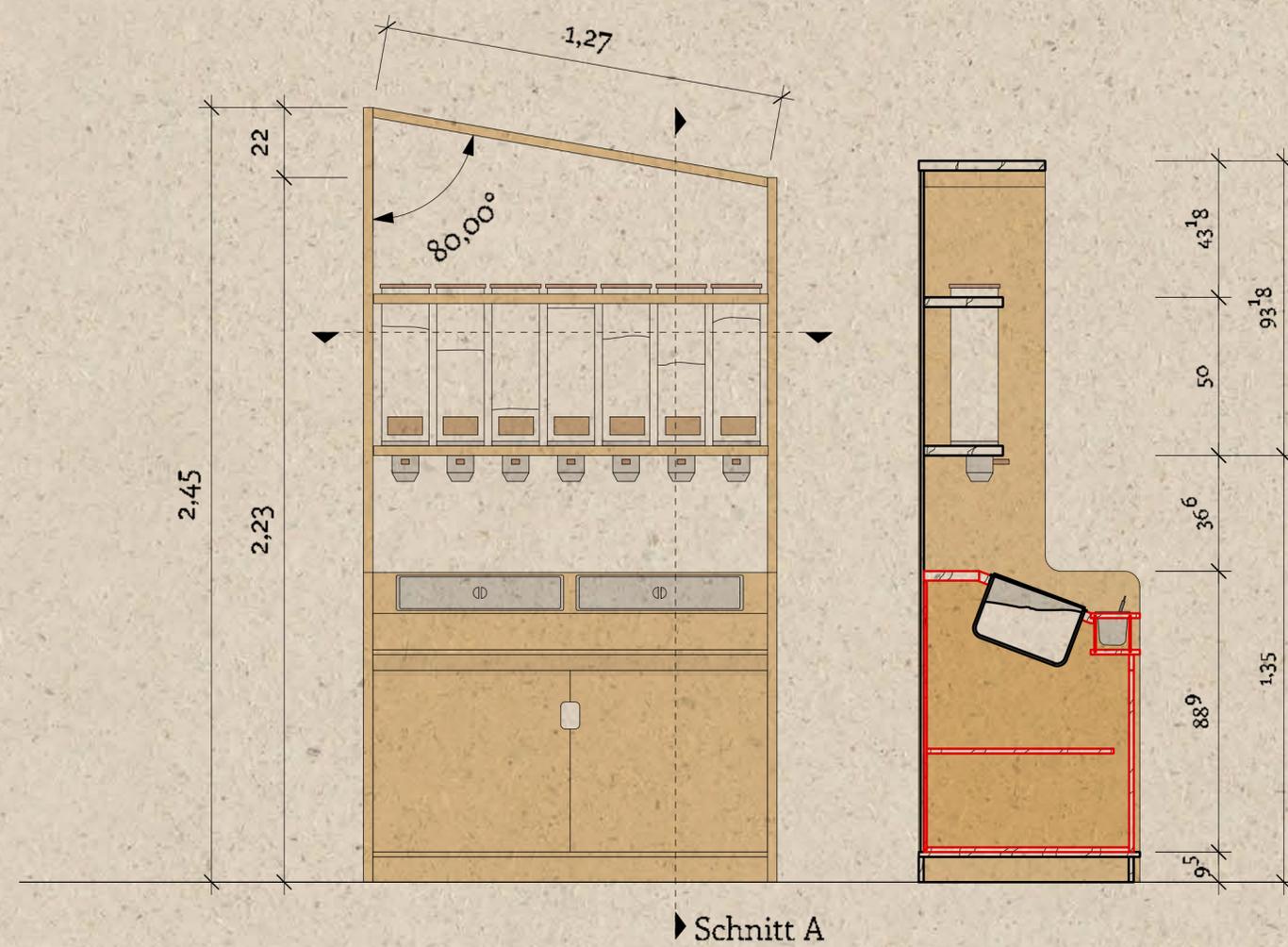
- fehlende Ablagefläche für Behältnisse
- fehlende Aufbewahrung für Schaufeln
- unkomfortable Entnahme aus Tonnen
- Nonfood Produkte klein und unübersichtlich präsentiert
- Orientierung auf Entfernung schwer
- ungenutzter Stauraum in Bin-Regalen



Ø 150 mm  
 wechselnde Maße und Auslässe  
 je nach Hersteller und Volumen

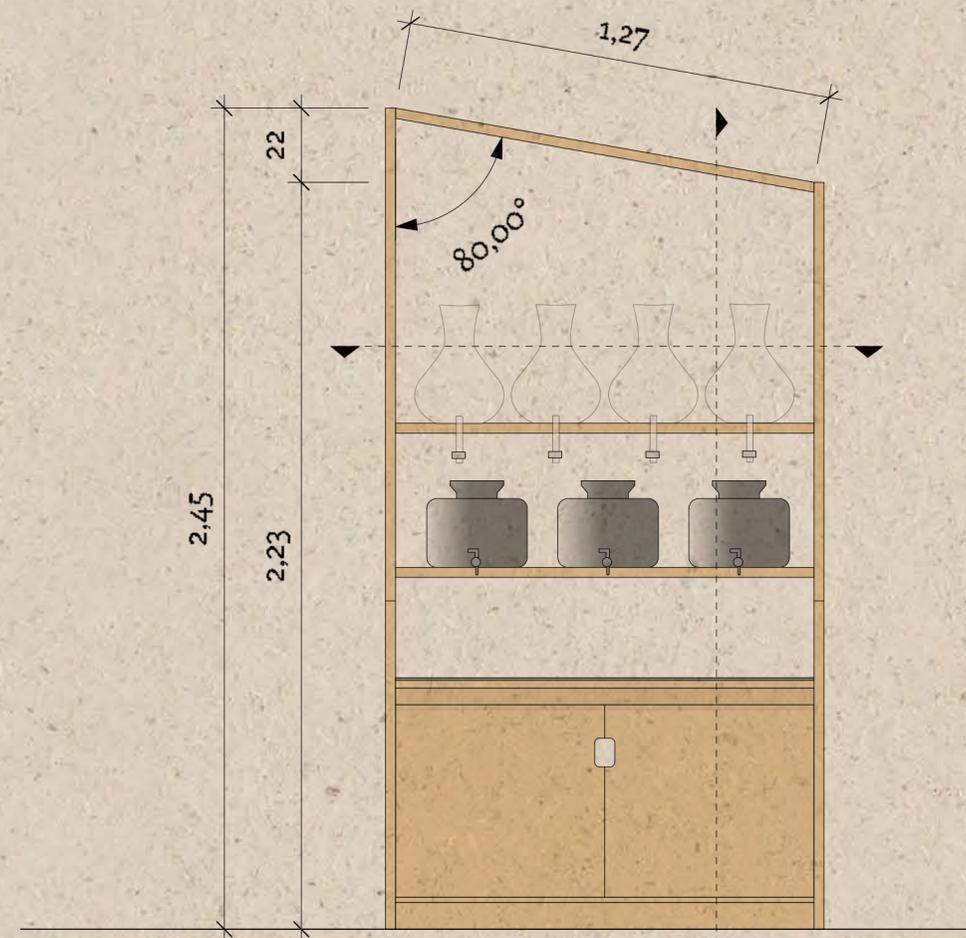




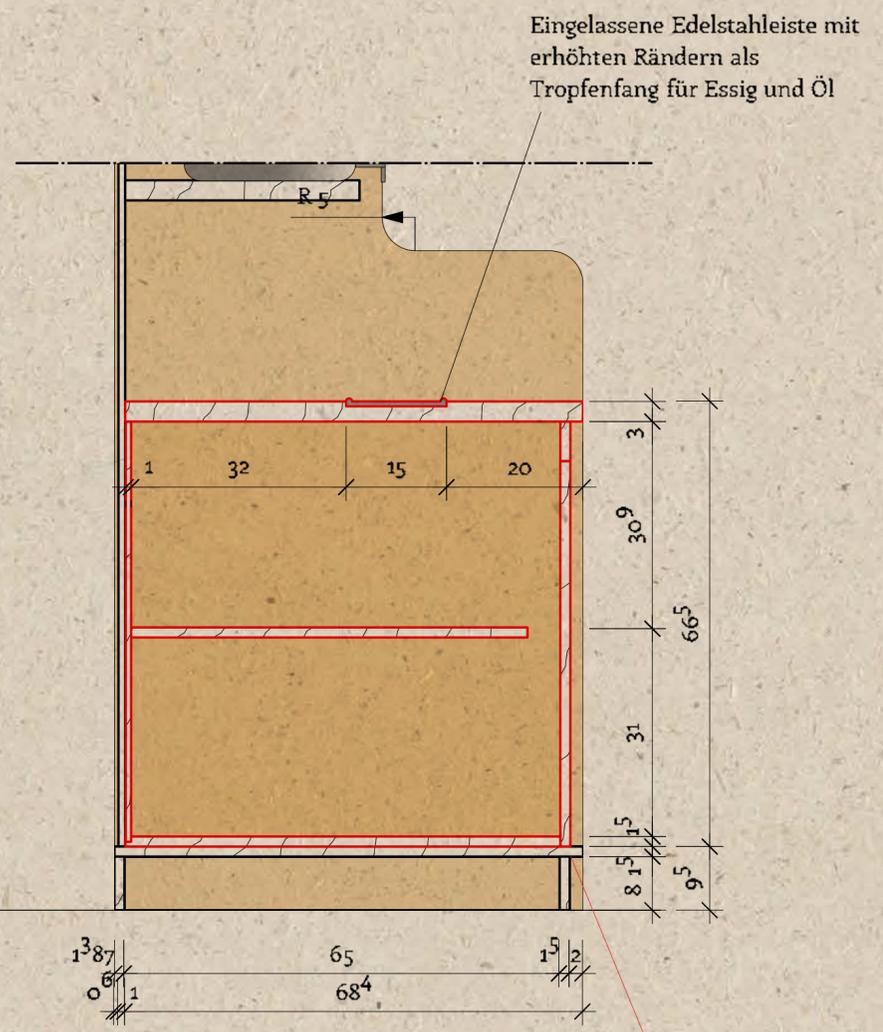
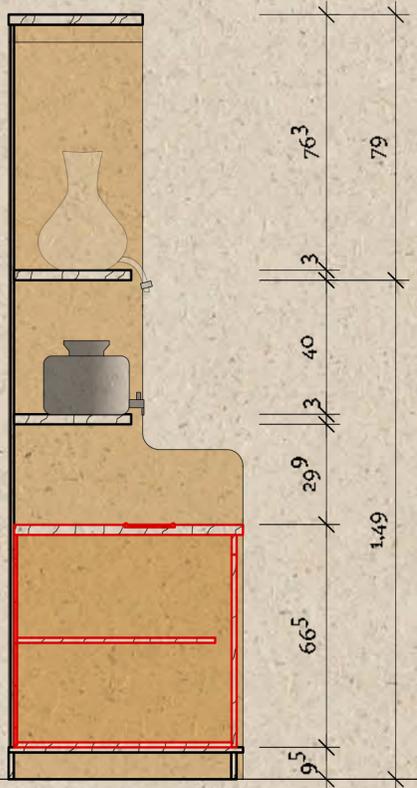


Ø ca. 80 - 100 mm  
Metalleinsatz herausnehmbar  
für die Aufbewahrung von Schaufeln

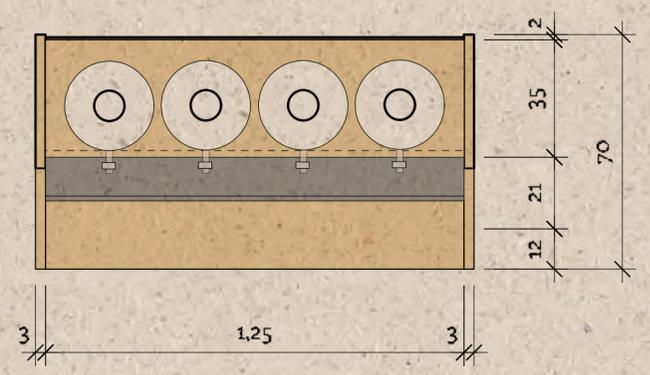
Gesamtkonstruktion als  
optionaler Einsatz  
in den Grundrahmen



► Schnitt A



Eingelassene Edelstahlleiste mit erhöhten Rändern als Tropfenfang für Essig und Öl



Gesamtkonstruktion Variante 3 Essig und Öl



**Vielen Dank für dein Interesse!  
Bis bald im Unverpackt-Markt?**

**Jeden Tag ein Stück nachhaltiger einkaufen.  
Echt ohne Kompromisse.**

Ein kleiner Beitrag zu einem großen Thema,  
das mir persönlich sehr am Herzen liegt.

Kontakt: Sabrina Kraft - [sabrina\\_kraft@gmx.de](mailto:sabrina_kraft@gmx.de)