LZ-Rheinland

Artikel vom 16.04.2025 · Ausgedruckt am 10.11.2026, 18:18 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/die-direktvermarktung-wird-smarter

Die Direktvermarktung wird smarter



Foto: landpixel

Wie verändert die Digitalisierung die Direktvermarktung? Hintergrund für den Einzug smarter Lösungen in die Hofläden ist neben dem steigenden Mindestlohn und dem fortschreitenden Fachkräftemangel der Wunsch der Kunden nach Flexibilität – alles soll immer verfügbar sein, erklärt Lea Mußenbrock, Landwirtschaftskammer NRW. Smart Shopping geht über die Verkaufsautomaten, die besonders in Coronazeiten boomten, hinaus. Es gibt verschiedene Versionen, die für Direktvermarkter interessant sein können.

Vom Automaten bis zum Smart Store

Die wohl einfachste Lösung ist ein Automatenladen, also mehrere Automaten für verschiedene Waren in einem Raum zusammengestellt, der 24/7 oder bei nächtlicher Vandalismusgefahr auch eingeschränkt begehbar ist. Hier ist zu berücksichtigen, dass häufig der Sonntag der frequenzstärkste Tag ist und dann bei Artikeln wie beispielsweise Grillfleisch im Sommer die Automaten häufig nachgefüllt werden müssen.

Der Hybridladen ist ein Hofladen, der zeitweise mit Personal und zeitweise ohne Personal bewirtschaftet wird. Für das smarte Shoppen müssen die Produkte entsprechend ausgezeichnet und Selbstscankassen vorhanden sein. Der Zugang wird für die Kunden in der personalfreien Zeit über eine Registrierung und Code oder Ähnliches geregelt, wie

beim Smart Store.

Der Smart Store ist ausschließlich für das Einkaufen ohne Personal konzipiert. Hier haben registrierte Kunden meist einen Zugangscode zur Ladentür und können sich die Waren aus den Regalen nehmen. Vor Verlassen werden diese an einer Selbstscankasse, auch Self-Checkout genannt, erfasst und dann in der Regel bargeldlos bezahlt.

Mehr in LZ 16-2025 ab S. 35