ZERO WASTE AUSTRIA

Unverpackt: der Leitfaden

Inhalt

Einleitung **3**

Kapitel 1 - Voraussetzungen **5**
1.1 Hard Skills 5
1.2 Soft Skills 5
1.3 Sonstige Überlegungen 7

Kapitel 2 - Entscheidungen vorab **8**
2.1 Kapital 8
2.1.1 Die Anfangsausgaben 10
2.1.2 Die Finanzierungsmöglichkeiten 11
2.1.3 Verkaufspreise der Produkte 11
2.2 Standort 12
2.3 Geschäftslokal 14
2.4 Geschäftseinrichtung 15
2.5 Fremd- oder Eigenbedienung 18
2.6 Sortimentsgestaltung 18

Kapitel 3 - Gesetzliches **21**
3.1 Lebensmittelsicherheit 21
3.2. Hygienevorschriften 22
3.3 Kennzeichnung 23
3.4 Sonstige Regelungen 24

Kapitel 4 - Warenbeschaffung **25**
4.1 Lieferant*innen 25
4.2 Sortiment abseits der Lebensmittel 26

Kapitel 5 - Landwirtschaft **27**

Kapitel 6 - Laufende Anforderungen 30
6.1 Füllsysteme 30
6.2 Reinigung der Verkaufsflächen 30
6. 3 Umgang mit verderblichen Lebensmitteln 31
6.4 Marketing 32

Kapitel 7 - weitere Überlegungen **34**

Kapitel 8 - Anlaufstellen für Fragen **37**

Kapitel 9: Zusammenfassende Tipps für Neueinsteiger*innen **39**

Quellen **40**

Anhang **41**

Mit Zero Waste Austria zum Unverpacktladen

Der Leitfaden für Neugründer*innen

Reduzierung des Verpackungsverbrauchs, Ressourcenschonung, der Kampf gegen Lebensmittelverschwendung oder die Förderung der regionalen Wirtschaft sind nur einige Faktoren, die für den unverpackten Handel sprechen. Aber wie funktioniert das Konzept Unverpacktladen? Welche bürokratischen Hürden, welche gesetzlichen Bestimmungen gibt es? Das wollen wir in unserem Leitfaden klären und dir den Schritt Richtung unverpackten Handel somit deutlich erleichtern.

Die Entwicklung zeigt, dass die Nachfrage nach Möglichkeiten des unverpackten Einkaufs stetig steigt und somit auch die Eröffnungen dieses Ladenkonzepts. Das größte Potenzial im unverpackten Handel liegt dabei in der Reduzierung des Verpackungsverbrauchs. Laut einer Studie von Zero Waste Europe wird geschätzt, dass Unverpacktläden durchschnittlich pro Jahr und Geschäft eine Tonne Verpackungen einsparen und damit jede Menge Ressourcen sparen.

Zusätzlich wird der Lebensmittelverschwendung mit dem Verkauf von unverpackten Produkten entgegengewirkt, da Kund*innen die Menge der benötigten Produkte selbst wählen können und nicht auf unnötige Großpackungen zurückgreifen müssen.

Auch wirtschaftlich sehen die Prognosen für Unverpacktläden gut aus: Der Trend der Umsatzsteigerung im unverpackten Lebensmittelhandel geht, laut der Studie von Zero Waste Europe, weiter nach oben. Gleichzeitig steigt auch die Zahl der Beschäftigten.

Unverpacktläden arbeiten vorwiegend mit regionalen, klein-strukturierten Produzent*innen, die qualitativ hochwertige Produkte liefern. Damit stärkt dieses Geschäftsmodell regionale Beziehungen, vermindert lange Transportwege und bietet kleinen Betrieben die Möglichkeit, neue Absatzwege zu nutzen. Kurz: es stärkt eine regionale und vor allem nachhaltige Wirtschaft und verringert den Co2 Ausstoß im Vergleich zum konventionellen Handel um ein Vielfaches. Ganz nach dem Motto: Think globally, act locally!

Doch um einen Unverpacktladen zu eröffnen, braucht es einiges an Know-How und auch die bürokratischen Wege sind nicht zu unterschätzen. Um den unverpackten Handel zu fördern und potentiellen Unternehmer*innen, wie dir, die Hemmschwelle zu nehmen, hat Zero Waste Austria in Kooperation mit BIO AUSTRIA Niederösterreich Wien und der D'Greisslerei Bürgmayr & Hörmann OG diesen Leitfaden für den unverpackten Handel verfasst.

Neben Kapiteln zu Hard- und Softskills, gesetzlichen Vorgaben, dem Wareneinkauf und Informationen zur regionalen Landwirtschaft, findest du zum Beispiel weiterführende Informationen zu Lieferant*innen im Anhang.

Wir hoffen, dich so bei der Eröffnung deines Geschäfts unterstützen und deinen neuen Unverpacktladen bald in Österreichs erste Unverpackt-Map integrieren zu können.

Das Zero Waste Austria Team

Kapitel 1 - Voraussetzungen

Bevor es zu Standort-, Sortiments- und Kapitalentscheidungen kommt, musst du dir grundsätzlich darüber im Klaren sein, ob du geeignet bist, einen Unverpacktladen zu eröffnen und in weiterer Folge zu führen. Daher erläutern wir in diesem Kapitel die nötigen Voraussetzungen, die du benötigst, um erfolgreiche*r Unverpacktladenbesitzer*in zu werden.

1.1 Hard Skills

Gleich vorab: Um einen reinen Unverpacktladen zu eröffnen, benötigst du keine spezifische schulische oder berufliche Ausbildung. Verfügst du jedoch über Know-How aus den Bereichen Einzelhandel, Lebensmittelindustrie und/oder Landwirtschaft wird dir das zu Beginn mit Sicherheit weiterhelfen. Lediglich bei einer Integration eines Gastro-Bereichs, der mehr als 8 Verabreichungsplätze umfasst, musst du eine gültige Konzession (= Gastgewerbeberechtigung als Befähigungsnachweis) vorweisen können. Diese erhält man in Österreich als Folge einer einschlägigen Berufsausbildung, eines abgeschlossenen Studiums oder nach Ablegung einer dementsprechenden (kostenpflichtigen) Prüfung. Außerdem benötigst du, wie für jede Gewerbeausübung, auf jeden Fall eine Betriebsanlagengenehmigung.

Planst du, dein Geschäft mit weniger als 8 Verabreichungsplätze zu eröffnen, gilt das sogenannte 'Nebenrecht im Lebensmittelhandel', das keinen Befähigungsnachweis erfordert. Zu beachten ist dabei allerdings, dass du dann keine alkoholischen Getränke (außer Bier) ausschenken darfst.

1.2 Soft Skills

Nicht jede Persönlichkeit ist dazu gemacht, einen eigenen Laden zu führen. Daher haben wir für dich die wichtigsten Soft Skills zusammengefasst, die dir einen Vorgeschmack auf das Leben als Unternehmer*in geben:

Als Inhaber*in eines Unverpacktladens solltest du **betriebswirtschaftliche Grundkenntnisse** mitbringen und ein Verständnis für Zahlen haben. Dies ist notwendig, damit du die Einnahmen und Ausgaben im Blick behältst, deine Verkaufspreise richtig kalkulierst und Einkauf und Lagerhaltung verwaltest. Aber keine Angst, du musst dafür nicht studiert haben. Im Zweifelsfall gibt es Kurse, die du belegen kannst (zum Beispiel die WKO Gründer*innen-Seminare), außerdem wirst du mit der Zeit dazulernen und die Prozesse und Zusammenhänge schnell verstehen.

Solltest du diese Eigenschaften nicht mitbringen, kannst du die kaufmännischen Aufgaben auch auslagern. Dein*e Steuerberater*in oder Beratungsunternehmen, die sich auf den unverpackten Lebensmittelhandel spezialisiert haben (z. B. Landluft HBH GmbH & Co KG) können dich hier umfangreich unterstützen.

Best-Practice-Tipp

von Janna & Nico von holis, Wien

"Für die erfolgreiche Gründung und Führung eines Unverpackt-Ladens ist es definitiv von Vorteil, wenn man Erfahrung im Einzelhandel und im Service (falls ein Café/Restaurant dabei sein soll) mitbringt. Auch technisches Wissen, Marketing Know-How und Erfahrung im Bereich der Mitarbeiter*innen-Führung sowie mit Buchhaltung sind sicher sehr hilfreich. Bis auf Nico's technisches Vorwissen hatten wir davon im Vorfeld allerdings rein gar nichts – und es funktioniert trotzdem irgendwie. Wir haben einfach versucht, in der Vorbereitungszeit so viel wie nur irgendwie möglich in den unterschiedlichen Bereichen aufzusaugen."

Weitere nützliche Eigenschaften, die erfolgreiche Ladenbesitzer*innen ausmachen:

Freude im Umgang mit Menschen: In diesem Fall mit Kund*innen und Mitarbeiter*innen, denn es kann durchaus sein, dass du früher oder später eigene Mitarbeiter*innen anstellst. Personalführung ist eine wichtige Aufgabe, die man nicht von heute auf morgen lernen kann. Auch Kund*innen freuen sich meist über ein kurzes Gespräch, eine offene und kommunikative Art kann also durchaus von Vorteil sein.

Interesse an Lebensmitteln: Ein Großteil des Sortiments wird aus Lebensmitteln bestehen. Daher ist es empfehlenswert, dass du Interesse an deinen Produkten (und Produzent*innen) hast, Hintergrundwissen vorweisen kannst und auch Freude daran hast, die Produkte zu verkaufen. Betrachte dein Sortiment als USP, also als den einzigartigen Verkaufsvorteil, der dich von deiner Konkurrenz abhebt. Mehr dazu findest du in Kapitel 5.

Bereitschaft zur Selbständigkeit: Wichtig ist außerdem, dass du bereit dazu bist, selbständig zu sein. Dies bedeutet in erster Linie, dass du selbst verantwortlich für deinen Lebensunterhalt und den Erfolg deines Unternehmens bist. Je nach Planung und personellen Ressourcen wirst du, gerade zu Beginn, wahrscheinlich sehr viele Stunden in dein Projekt Unverpacktladen stecken, also ist Ausdauer und Willensstärke gefragt. Der Schritt in die Selbständigkeit ist eine folgenreiche Entscheidung, die meist mit viel Arbeit und einem höheren Risiko verbunden ist. Überlege dir daher sehr genau, ob du dich alleine oder mit einem Partner oder einer Partnerin selbständig machst.

Best-Practice-Tipp

von Sonja vom Bioladen Bisamberg, Niederösterreich

"Ohne Mitarbeiter*innen machst du dich mittelfristig kaputt da, neben dem Verkauf, sehr viele andere Tätigkeiten anfallen. Und bedenke, die Öffnungszeiten sind nicht deine Anwesenheitszeiten: oft ist davor und danach einiges zu tun. Ich habe sehr gute Erfahrung mit geringfügig Beschäftigten. Das entlastet, weil man nicht immer selbst im Geschäft stehen muss und sich die Personalkosten in Grenzen halten."

1.3 Sonstige Überlegungen

Um vorab zu erfahren, ob überhaupt Interesse an einem Unverpacktladen in der geplanten Gegend besteht, sollte eine einfache Marktanalyse durchgeführt werden. Du kannst auch mit Leuten vor Ort sprechen und ihnen von deiner Idee erzählen. Wie ist die Reaktion? Kennen sie das Konzept? Sehen sie einen persönlichen Mehrwert darin?
Nimm das Feedback in deine Überlegungen auf, aber lass dich auch nicht von Unverständnis abschrecken.

Kapitel 2 - Entscheidungen vorab

Die Hard und Soft Skills passen für dich und zu dir und deine Idee des eigenen Unverpacktladens ist gefestigt. Nun musst du vorab grundlegende Entscheidungen bezüglich Finanzierung, Standort, Ladeneinrichtung und Sortiment treffen, damit du mit der konkreten Planung beginnen kannst.

2.1 Kapital

Wie zu Beginn jeder Firmengründung, muss auch für die Gründung eines Unverpacktladens genügend Startkapital vorhanden sein. Ein gewisses finanzielles Risiko ist gegeben. Um dieses jedoch so gering wie möglich zu halten, empfehlen wir dir, vorab einen detaillierten und durchdachten Businessplan zu erstellen.

Folgende Punkte sollte der Businessplan in jedem Fall beinhalten:

- eine Erklärung der Idee und des Konzepts
- eine Marktanalyse (Standort & Zielgruppe)
- einen Finanzplan für die ersten 3-5 Jahre mit geschätzten Einnahmen und Ausgaben und der geplanten Finanzierung
- (geplante) Marketingaktivitäten

Je detaillierter du den Businessplan erstellst und je mehr Planungsarbeit du dafür aufwendest, desto einfacher ist es für dich auch im Nachhinein, dich an die Pläne zu halten und eine gewisse Struktur zu bewahren. Natürlich wird nicht immer alles zu 100% zutreffen, aber gute Planung ist die halbe Miete. Außerdem achten Banken sehr genau darauf, ob der Businessplan realistisch und detailliert genug gestaltet wurde.

Tipp

Frag' in deinem Umfeld um Hilfe, es könnte durchaus sein, dass jemand bereits Erfahrung in diesem Bereich gesammelt hat. Einen guten Überblick und Hilfestellung bietet dir auch der Gründerservice der WKO. Auch die Landluft HBH GmbH & Co KG steht dir hier mit jahrelanger Erfahrung im Bereich des unverpackten Lebensmittelhandels zur Verfügung.

© Landluft GmbH

Vorstellung LandLuft GmbH:

Bild: Die drei Geschäftsführer der Landluft HBH GmbH & Co KG von links nach rechts: Barbara Bürgmayr-Posseth, Simon Heher & Michael Hörmann

Bei der Umsetzung unseres Geschäftes „d´Greisslerei Bürgmayr & Hörmann OG" sind uns allerhand kleine Fehler passiert, die uns in Summe enorm viel Zeit, Geld und Nerven gekostet haben – und das, obwohl wir beide vom „Fach" sind.
Schon nach 3 Jahren Betrieb waren wir gezwungen, enorme und kostenintensive Umbauarbeiten durchzuführen, die schlussendlich mehr gekostet haben, als die Erstausstattung unseres Geschäftslokals.
Zum einen, weil sich unser Modell als sehr erfolgreich erwiesen hat und zum anderen, weil der Betrieb einfach ganz anders abgelaufen ist, wie wir uns das zu Beginn vorgestellt haben.

In den 5 Jahren seit Eröffnung durften wir rund 300 Personen, überwiegend aus dem deutschsprachigen Raum, durch unseren Betrieb führen, die selbst einen Regionalladen oder einen Unverpacktladen umsetzen wollten.
Viele dieser Personen, haben ihre Pläne in die Tat umgesetzt, einige schreckten vor dem Aufwand im Tagesgeschäft und in der Administration zurück.

Wir wollen genau diesen Menschen unter die Arme greifen, die das Potential ihres bestehenden Betriebs ausschöpfen wollen oder einfach Unterstützung benötigen.
Außerdem wollen wir denen helfen, die sich alleine nicht „drüber trauen" und einen starken Partner und ein erprobtes System im Hintergrund suchen.

Warum alles neu erfinden, wenn es funktionierende Systeme und Abläufe gibt?

Wir ersparen unseren Partnern die Kosten, die Nerven und die Zeit, die unausweichlich sind, wenn man so „blauäugig" wie wir damals in solch ein Projekt startet.

Alleine die Suche nach einem praktischen und brauchbaren sowie rechtlich gedeckten Unverpackt/Spendersystem kann einen zur Weißglut bringen.
Das war auch der Grund für unsere Eigenentwicklung in diesem Bereich.
Unser patentiertes Spendersystem für unverpackte Geschäftsmodelle ist umfangreich praxiserprobt und einzigartig in vielerlei Hinsicht.
Mehrfach durften wir schon Ladenlokale mit unserem System ausstatten, unseren Partnern bieten wir in diesem Bereich ebenso eine umfangreiche Beratung an.

Die Landluft HBH GmbH & Co KG ist der Grundstein für unsere Zukunftspläne und steht für eine Individualität im Lebensmitteleinzelhandel. Gerne stehen wir dir bei Fragen persönlich zur Verfügung.

2.1.1 Die Anfangsausgaben

Miete des Geschäftslokals: Solltest du nicht zufälligerweise im Besitz einer passenden Immobilie sein, so musst du für das Geschäftslokal regelmäßig Miete bezahlen. Denk daran: Je nach Adaptionsbedarf musst du das Lokal schon Wochen beziehungsweise Monate vor geplanter Eröffnung anmieten, um Renovierungsarbeiten und technische Umbauten durchzuführen oder das Geschäft einzurichten. Solltest du ein bereits (teilweise) eingerichtetes Lokal von einer/m Vormieter*in übernehmen, bedenke die mögliche Ablöse.

Renovierungsarbeiten/Ladeneinrichtung: Ein Großteil des Startkapitals wird für die Renovierung/Sanierung des Ladens verwendet werden. Unterschätze die nötigen Investitionen für Umbau und Einrichtung hierbei nicht! Unsere Empfehlung: Solltest du dir unsicher sein, welche Kosten dabei auf dich zukommen, hol dir Hilfe von Expert*innen für die Kalkulation. Mehr zu Voraussetzungen und Einrichtung des Lokals findest du in Kapitel 2.3 bzw. Kapitel 2.4.

Genehmigungen: Für die Eröffnung eines Unverpacktladens sind behördliche Genehmigungen einzuholen, die mitunter entgeltliche Beratungsleistungen erfordern oder bei denen schlichtweg Gebühren anfallen. Dazu zählen zum Beispiel die Gewerbeanmeldung, die Betriebsanlagengenehmigung oder die Konzession, sollte diese noch nicht vorhanden sein.

Personalkosten:
Überlege dir bereits vorab, ob du alleine (beziehungsweise mit einem/einer Partner*in) im Laden arbeiten möchtest oder, ob du von Beginn an Mitarbeiter*innen einstellst. Solltest du dich für Letzteres entscheiden, sind Personalkosten als monatliche Fixkosten zu berücksichtigen. Denk daran: in einem Unverpacktladen fallen viele Tätigkeiten an (Wareneingang kontrollieren, Regale bestücken & wiederauffüllen, Reinigung, Kassieren, Buchhaltung, Verkaufsberatung, ...). Auf Dauer ist es schwierig, all das alleine zu stemmen.

Erstbestückung Laden:
Gerade die ersten Bestellungen, um das Sortiment deines Unverpacktladens zu erstellen und die Regale zu füllen, können hohe Ausgaben mit sich bringen. Überlege dir daher genau, wie breit dein Sortiment gerade zu Beginn sein soll, welche Mengen du einkaufst und frage im Vorhinein bei Lieferant*innen, ob es eine Mindestbestellmenge gibt.

Werbekosten:
Um Aufmerksamkeit für deinen Unverpacktladen zu bekommen, solltest du bereits vor Eröffnung die Werbetrommel rühren. Du kannst dir überlegen, ob du mit Drucksorten, wie Visitenkarten oder Flyern arbeitest (kostenpflichtig), oder aber Werbung über Online-Kanäle, wie eine eigene Website oder Social Media, startest. Diese sind zwar (oft) kostenlos, bedenke aber, dass die Erstellung und Wartung zeitintensiv ist. Zusätzlich solltest du dir früh genug Gedanken über deinen Firmennamen und ein eigenes Logo machen und dafür Angebote einholen. Eine gute Möglichkeit zur Vernetzung und Bewerbung deines Unverpacktladens bieten dir Zero Waste Austria Unternehmensmitgliedschaften. Dabei erhältst du gegen einen Jahresmitgliedsbeitrag eine Plattform, um dich und dein Unternehmen einer breiten Zielgruppe vorzustellen.

2.1.2 Die Finanzierungsmöglichkeiten

Solltest du das benötigte Startkapital für die Gründung deines Unverpacktladens noch nicht angespart haben, ist Crowdfunding eine mögliche Alternative zu einem klassischen Bankkredit oder einer Leihgabe von Familie oder Freund*innen. Dabei handelt es sich um eine Finanzierungsform, bei der Unterstützer*innen ein Projekt vorfinanzieren, und (optional) früher oder später einen Gegenwert dafür erhalten. Bei einem Unverpacktladen könntest du zum Beispiel Einkaufsgutscheine für dein Geschäft als Gegenwert anbieten. Vorteile des Crowdfundings: Neben der Erhöhung des Startkapitals, kannst du bereits während der Laufzeit erkennen, ob die Idee Anhänger*innen findet und als unterstützenswertes Projekt gesehen wird. Außerdem machst du schon von Beginn an auf deine Geschäftsidee aufmerksam und kannst im besten Fall bereits Kund*innen gewinnen.

Best-Practice-Tipp

von Ronja & Birgit, Zua Woog, Brixen im Thale

"Die Vorbereitung für unser Crowdfundingprojekt war sehr zeitintensiv und spannend. Das Ergebnis war leider nur mittelmäßig und der Verwaltungsaufwand danach überraschend hoch. Aus unseren Erfahrungen heraus würden wir es nicht mehr tun, aber wir leben am Land, wo nur Wenige diese Art von Finanzierung kennen. In der Stadt ist das vermutlich ganz anders!"

Sollte dir das Risiko einer Finanzierung über Crowdfunding zu hoch sein, bietet sich immer an, nach diversen Förderungen zu suchen und bereits früh im Planungsprozess zu beantragen. Beratung und Hilfe beim Ausschöpfen der Fördermöglichkeiten kann dir die Landluft HBH GmbH & Co KG bieten. Bei einem klassischen Bankkredit ist es meist notwendig, gewisse Sicherheiten vorzulegen. Hierbei gibt es auch Möglichkeiten, dies von Dritten übernehmen zu lassen. Hierbei kann dir ebenfalls die Landluft HBH GmbH & Co KG weiterhelfen.

Für welche Finanzierungsform auch immer du dich entscheiden wirst, wir empfehlen dir, ausreichend Reserven und einen finanziellen Puffer für Unvorhersehbares einzuplanen.

2.1.3 Verkaufspreise der Produkte

Was zusätzlich noch wichtig ist und in den finanziellen Bereich reinfällt, sind die Verkaufspreise deiner Produkte. Überlege dir, welches Preisniveau der Laden haben soll und welche Preise du verlangen musst, um nachhaltig wirtschaften zu können. Eine gewisse Marge ist notwendig, um langfristig als Unternehmen überleben zu können, bei manchen Produkten fällt dieser Preisaufschlag größer aus, bei anderen kleiner. Als grobe Faustregel im Lebensmitteleinzelhandel gilt: Von 10€ Verkaufspreis sollten dir mindestens 3€ übrig bleiben, wobei sich diese Kalkulation natürlich auch standortspezifisch ändern kann. Mehr zur Standortwahl erfährst du im nächsten Kapitel.

2.2 Standort

Zu einer weiteren Grundsatzentscheidung zählt die Wahl eines geeigneten Standorts. Doch worauf musst du bei der Standortsuche für einen Unverpacktladen achten? Es folgen Überlegungen, die du für dich persönlich abwägen solltest.

Geografische Eckpunkte: Wenn das Lokal in einer Fußgängerzone liegt, gibt es voraussichtlich ausreichend Laufkundschaft, allerdings fehlen meist die Parkmöglichkeiten. Dies kann Kund*innengruppen ausschließen, die den Transport mit dem eigenen Auto bevorzugen (ein Einkauf mit vollen Glasbehältern kann schwer werden!).

Liegt das Geschäft jedoch etwas außerhalb des Stadtzentrums und besitzt dafür einen Parkplatz, könnte die Gefahr sein, dass es mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder zu Fuß schlecht(er) zu erreichen ist. Zusätzlich solltest du bedenken, dass die Mieten je nach Lage (Innenstadt, Speckgürtel, Durchzugsgebiet) stark variieren können.

Demografische Eckpunkte: Sieh dir die Menschen am geplanten Standort an: Wer sind die Leute, die hier leben? Wie ist der Altersschnitt, gibt es viele Familien, viele Singles?
All diese Punkte (Einkommen, Alter, Familienstand) wirken sich auf den Erfolg deines Unverpacktladens aus, denn sie beeinflussen Interessen und Einkaufsverhalten deiner potentiellen Kund*innen. Vor allem junge Menschen und Familien legen Wert auf Nachhaltigkeit und qualitativ hochwertige (Bio-)Lebensmittel, haben jedoch meist ein begrenztes Budget. Menschen in Gegenden mit hohem Einkommen sind vielleicht bereit, mehr Geld für ihren täglichen Einkauf auszugeben, achten mitunter jedoch nicht auf die Herkunft der Produkte. Entscheide für dich selbst, wen du ansprechen möchtest und wie du deine Zielgruppe erreichst.

Umgebung: Die unmittelbare Umgebung sollte ebenfalls in deine Standortentscheidung einfließen. Vorhandenes Kundenpotenzial ist ein wichtiges Kriterium, darum solltest du dich in einer Gegend mit mindestens 5.000 Einwohner*innen ansiedeln, in der es genügend Laufkundschaft gibt. Beachte jedoch: Hierfür gibt es kein Geheimrezept. Auch in einem kleineren Ort mit weniger Einwohner*innen, aber starkem Durchzugsverkehr, kann ein Unverpacktladen erfolgreich sein.

Wichtig ist außerdem die vorhandene Konkurrenz:
- Gibt es weitere Unverpacktläden in der Nähe?
- Wenn ja, wie weit entfernt sind diese?
- Verträgt das Gebiet einen weiteren Laden?

Unsere Empfehlung: Sprich mit anderen Laden-Betreiber*innen in der Umgebung deines gewünschten Standortes und frag sie nach dem Kund*innen-Aufkommen. Du kannst auch selbst eine einfache Marktbeobachtung durchführen, um einen besseren Einblick in den Kund*innenverkehr zu erhalten.

Möchtest du lieber genaue Zahlen und Fakten über den geplanten Standort erhalten, sind professionelle Marktforschung und Bedarfserhebung geeignete Instrumente dafür. Diese werden von Beratungsdienstleister*innen kostenpflichtig angeboten.

© Lieber Ohne

Best-Practice-Tipp

von Markus von Lieber Ohne, Wien

“Unsere Ausgangsbasis für alles war eine grobe Mindestumsatzrechnung. Also wie viel Umsatz benötigen wir mindestens, um geschätzte Fixkosten bezahlen zu können. Ein beträchtlicher Teil der Fixkosten ist unweigerlich die Miete. Dieser Betrag hat unsere Suche einmal grob eingegrenzt. Laut unseren damaligen Annahmen, suchten wir einen Standort mit 100 bis 150 m². Wir sind davon ausgegangen, den ausgerechneten Mindestumsatz mit dieser Größe erreichen bzw auch überschreiten zu können. Wir haben überwiegend über freielokale.at, eine Plattform der WKO, gesucht und dabei auch für eine infrage kommende Location jeweils eine gratis Standortanalyse der WKO in Anspruch genommen. Diese liefert viele Details über einen Standort. Beispielsweise gibt sie Auskunft darüber, wie viele Menschen im Einzugsgebiet wohnen bzw arbeiten. Da wir auch eine Küche mit Bistro eingeplant hatten, war es uns wichtig, dass wir in keinem reinen Wohngebiet eröffnen, sondern genügend Büros und andere Arbeitsplätze in der Nähe liegen. Natürlich haben wir auch andere Immobilienplattformen zur Suche herangezogen.

Viele Vermieter*innen wollten einen ziemlich peniblen Businessplan sehen. Da wir einen Teil der Investionskosten mit einem Bankkredit abdecken wollten, hatten wir diesen zum Glück immer bei der Hand. Damit komme ich zu einem weiteren wichtigen und aufwendigen Punkt unserer Standortsuche. Nicht jede/r Vermieter*in akzeptiert Gastronomie in seiner Immobilie. Daher mussten wir auch da weiter aussieben und uns parallel darum kümmern, dass den Standort jemand begutachtet, um zu Lüftung und Lärm eine Schätzung abzugeben. Da helfen dann Berater, die über die WKO kontaktiert werden können. Möchte man also kochen, gestaltet sich die Suche ungleich aufwendiger.

Basierend auf unseren privaten Wohnorten haben wir die Suche nochmal eingeschränkt, um keine zu langen Anreisezeiten zu haben. In Summe haben wir fast 1,5 Jahre gesucht, bis wir einen passenden, leistbaren Standort gefunden haben.

Ich würde mich heute definitiv um zwei Bereiche vorab intensiv kümmern. Raumklimatisierung und Warenkühlung. Das sind wir sehr naiv angegangen. Diese beiden Bereiche stehen in einer ungünstigen Wechselwirkung und müssen daher sorgfältig zusammen geplant werden. Darüber hinaus unterscheidet sich die Qualität der Kühlgeräte massiv und es wäre nachträglich betrachtet sinnvoller gewesen, zu Beginn weitaus höhere Investitionskosten bei diesen Produkten in Kauf zu nehmen. Zusätzlich würde ich heute einen etwas ungünstiger situierten, dafür größeren Standort bevorzugen.”

2.3 Geschäftslokal

Hast du dich für einen Standort oder zumindest die gewünschte Gegend entschieden, in der du deinen Unverpacktladen eröffnen möchtest, musst du ein passendes Geschäftslokal finden. Welche Eigenschaften dieses unbedingt haben sollte, und welche Adaptierungen eventuell vorzunehmen sind, werden wir in diesem Abschnitt klären.

Ladengröße: Ein wichtiges Kriterium für ein geeignetes Geschäftslokal ist die Größe. Je nach Sortiment und Angebot kann der Platzbedarf variieren. Berücksichtige auch, dass ein Gastronomiebereich ausreichend Raum für Stühle und Tische benötigt und eventuell sogar ein eigener Raum für eine Küche oder Kochnische notwendig ist. Ein Teil der Geschäftsräumlichkeiten wird auch als Lager verwendet werden.

Lager: Die Größe des Lagers ist, wie schon erwähnt, von der Sortimentsbreite abhängig. Je breiter das Sortiment (je mehr verschiedene Warten und Produkte du im Laden hast), desto mehr Platz brauchst du dafür im Lager. Solltest du Waren in Pfandbehältern verkaufen, dann überlege dir bereits bei der Planung, wo du das Pfandgebinde lagerst.
Sei dir darüber im Klaren, dass die Lagerräumlichkeiten eines Unverpacktladens gewisse Anforderungen bezüglich Temperatur und Luftfeuchtigkeit haben:

- Trockenware muss so gelagert werden, dass keine Feuchtigkeit eintreten kann (Schimmelgefahr!).
- Ungezieferbefall muss unbedingt vorgebeugt werden, am besten durch geeignete verschließbare Behältnisse. Hinweis: Ein sogenanntes Schädlingsmonitoring ist gesetzlich vorgeschrieben, mehr dazu in Kapitel 3.
- Milch- und Fleischprodukte müssen gekühlt gelagert werden, falls du nicht sämtliche Waren in den Verkaufsbereich stellst. Je nach Bedarf kann es daher sein, dass du im Lagerbereich weitere Kühlmöglichkeiten benötigst, da eine dauerhafte Kühlung unumgänglich ist.
- Auch gewisse Obst- & Gemüsesorten sollten (über Nacht) gekühlt gelagert werden, da sie sonst schneller verderben.

Technische Ausstattung: Wir empfehlen dir, für die technische Ausstattung von Beginn an mit einer/m Planer*in der Baubehörde zusammenzuarbeiten und früh genug um einen Termin für eine Besprechung zu bitten. Auf jeden Fall benötigt dein Geschäftslokal gut funktionierende Lüftungselemente für die Luftzirkulation, passende Anschlüsse für Kühlelemente, Beleuchtungskörper und sonstige elektronische Geräte. Wenn du einen Gastrobereich mit Küchengeräten planst, musst du hier die spezifischen Anforderungen (Abluft, Starkstrom, etc.) beachten.

Wichtig: Der Standort muss eine Betriebsanlagengenehmigung haben, unabhängig davon, ob Gastrobereich geplant ist, oder nicht. Dafür ist es ratsam, vorab eine*n Planer*in der lokalen Baubehörde oder einen Beratungsdienstleister zu kontaktieren, z. B. die Landluft HBH GmbH & Co KG, die mit ausreichend Erfahrungswerten wertvolle Tipps geben kann. Mehr dazu in Kapitel 3.

2.4 Geschäftseinrichtung

Eines der Herzstücke und zugleich Blickfang deines Unverpacktladens werden die Spender für lose Waren sein. Überlege dir daher gut, welche Art von Spendern und Behältern, in welchem Design du in deinem Geschäft haben möchtest. Einige Unverpacktläden haben ihre Einrichtung selbst designt oder sogar hergestellt.
Wir empfehlen dir aber trotzdem, auf standardisierte Produkte zurückzugreifen, da nur damit die Lebensmittelsicherheit gegeben ist.

Beachte: Spender müssen für den direkten Lebensmittelkontakt zugelassen sein, und müssen dieselben Voraussetzungen wie eine Verpackung erfüllen. Folgende Anbieter können wir dir empfehlen:

- **LandLuft HBG GmbH & Co KG:** Der österreichische Hersteller hat sich auf den Vertrieb von Ladeneinrichtung für Unverpacktläden spezialisiert und fertigt Schütten, Dosier- und Regalsysteme in Niederösterreich. Mit den Berater*innen kannst du sämtliche deiner Wünsche und Erwartungen besprechen und bekommst hilfreiches Feedback und Vorschläge, welche Elemente für dein Geschäftslokal am geeignetsten sind.

- **HL Display:** Das schwedische Unternehmen mit Niederlassung in Wien bietet eine breite Palette an Schöpf- und Schüttbehältern, die beliebig kombiniert werden können und in verschiedenen Formaten und Größen (standardisiert) erhältlich sind. Sie sind einfach in der Handhabung und auch die Reinigung ist leicht: die Systeme sind zerlegbar. Hier findest du einen Überblick über das Angebot.

- **Umdasch:** Die Firma Umdasch bietet neben vollwertiger Ladeneinrichtung speziell für Läden im Unverpacktbereich Spendersysteme für flüssige Seifen und Reinigungsmittel an. Hier muss ein gewisses Budget zur Verfügung stehen.

Desweiteren benötigst du Regalsysteme und/oder Flächen für Gläser, Flaschen, Obst/Gemüse und sonstige Produkte. Auch diese kannst du ganz nach deinen Wünschen maßanfertigen lassen oder bereits standardisiert erwerben. Erkundige dich hier am besten bei einer Ladeneinrichtungsfirma.

Wenn du deine Waren gänzlich zur Selbstbedienung anbietest, bedenke, dass du auch einfach zu handhabende Waagen benötigst. Je nach Größe deiner Verkaufsfläche kann es durchaus sinnvoll sein, mehrere Waagen an verschiedenen Standorten im Geschäft aufzustellen.

Tipp

Achte auf genügend Raum neben den Wiegestationen: Ablageflächen für Gläser und Taschen sind hilfreich und vereinfachen die Handhabung für Kund*innen. Zusätzlich kannst du dir überlegen, statt auszudruckenden Etiketten für das Eigengewicht der Gläser, abwaschbare Stifte zur Beschriftung bereitzustellen. So kann wieder ein kleiner Teil an Müll gespart werden.

Auch die Wahl für ein passendes Waagensystem ist keine leichte Entscheidung. Anbieter hierfür gibt es genug am Markt, allerdings sind nicht alle auch für Unverpacktläden geeignet. Grundsätzlich kommen hier sämtliche Registrierkassenhersteller*innen in Frage, wir empfehlen jedoch, auf etablierte Anbieter*innen zurückzugreifen, die im besten Fall in der Nähe angesiedelt sind (um im Falle des Falles rasch Support vor Ort zu erhalten). Sprich zudem Waagenhersteller direkt an und erkundige dich nach deren Produkten. Die Landluft HBH GmbH & Co KG kann dir auch in diesem Fall bei der Auswahl behilflich sein.

Folgende Elemente sind als Grundausstattung für Unverpacktläden empfehlenswert:

- Nachfüllspender (von oben befüllbar) inklusive Auffangbehältern
- große Gläser/Spender zum Schöpfen für Gewürze, Tees, etc.
- je nach Bedienungsmodell: Selbstbedienungswaagen oder Waagen für die Theke
- Kasse inkl. dazugehörigem Kassensystem (Software)
- Löffel, Trichter, Schaufeln für Kund*innen zum Abfüllen der losen Waren
- Gläser, Papiersäcke, Flaschen (falls Kund*innen keine eigenen Behältnisse dabei haben)
- Körbe, damit Kund*innen die Hände während des Einkaufs frei haben

© Der Greißler

Best-Practice-Tipp

von Alex, Der Greißler, Wien

“Leider muss man sagen, dass standardisierte Abfüllstationen und Einrichtungselemente oft sehr teuer sind. Mein Tipp: Große Gläser verwenden, die sind auch einfach zu reinigen. Ich habe außerdem meine Ladeneinrichtung selbst gebaut, und dafür altes Holz wiederverwendet. Das Kund*innen-Feedback zeigt, dass das sehr gut ankommt, allerdings muss man dafür schon ein gewisses handwerkliches Geschick mitbringen.”

Zusatz: Die Ottakringer Fassbar

Die Ottakringer Brauerei revolutioniert den Biereinkauf. Sie hat eine zeitgeistige Möglichkeit auf die Beine gestellt, Biertrinker*innen auf kurzem Weg mit dem besten Bier der Stadt zu versorgen: Die FASSBAR.
Die FASSBAR ist eine Zapfstation, die sich leicht in deinen Unverpacktladen integrieren lässt. Zur Zapfstation gibt es nachhaltige 1L oder 2L Glasflaschen, die deine Kund*innen immer wieder auffüllen können und so jede Menge Einwegverpackungen sparen.
Du kannst wählen, mit welchen Ottakringer Bio Bieren, du deine FASSBAR befüllen lässt.
In einigen Unverpacktläden, wie der Der Greissler oder der Warenhandlung in Wien ist die Zapfstation bereits integriert.

Kosten fallen nur für die Ware (Fassbier) und die Flaschen an. Die Infrastruktur und der Service seitens der Ottakringer Brauerei sind kostenfrei. Die Brauerei setzt hier auf Partnerschaft statt Profit.
Bei Fragen rund um die FASSBAR und der Integration in deinem Geschäft melde dich einfach direkt bei Raphael Böhnel unter raphael.boehnel@ottakringer.at.

© Ottakringer

Best-Practice-Tipp

von Michael Neureiter,
Leitung Ottakringer FASSBAR

“Am besten schmeckt Bier vom Fass, frisch aus der Brauerei, direkt nach Hause in den Kühlschrank! Frisch, Regional, Nachhaltig, Unverpackt!
Mit den Bieren an der Ottakringer FASSBAR spart man Verpackungsmaterialien ein, nutzt die in jeder Hinsicht kurzen Wege und tut (nicht nur sich selbst) Gutes.
Kund*innen kümmern sich um die eigene FASSBAR Flasche und genießen daraus das frischeste Bier.
Außerdem ist die Ottakringer FASSBAR ein Schmuckstück in deinem Laden, ein Hingucker welcher hochtechnisiert neugierig und Lust auf mehr macht."

2.5 Fremd- oder Eigenbedienung

Die Art Geschäftseinrichtung ist auch abhängig vom gewählten Bedienungsmodell: Ist dein Geschäft gänzlich auf Selbstbedienung ausgelegt, bei dem die Kund*innen die Behältnisse selbst abwiegen, wirst du vermutlich andere Waagen- und Abfüllsysteme haben, als ein Geschäft, in dem Personal das Abfüllen und Verpacken der Waren übernimmt. Die Vorteile der Eigenbedienung liegen darin, dass es weniger Personalaufwand (und damit -kosten) erfordert und der Wiege- und Bezahlvorgang schneller vonstatten geht. Bei Fremdbedienungsläden profitierst du allerdings vom Know-How der geschulten Mitarbeiter*innen, was einen potenziell höheren Umsatz mitbringt. Zusätzlich wird die Gefahr der Verschmutzung durch verschüttete Lebensmittel minimiert, da Mitarbeiter*innen die Abfüllung selbst erledigen und die Handhabung der Schütten kennen.

Beachte auch die rechtlichen Unterschiede, die einen Selbstbedienungsladen von einem Laden mit Bedienung mit sich bringt (z. B. Etikettierungsanforderungen). Weiterführende Link zu gesetzlichen Vorgaben findest du in Kapitel 3.
Speziell für Neukund*innen empfehlen wir eine Einführung für den ersten Einkauf. Trotzdem solltest du auch schriftliche Hinweise zum Ablauf und ggf. zur Bedienung von Waagen anbringen, damit sich auch jene Kund*innen wohlfühlen, die keine Beratung in Anspruch nehmen möchten.

Tipp

BRUNO unverpackt: “Seid geduldig! Am Anfang ist sehr viel Aufklärungsarbeit bei den KundInnen nötig, dabei kann man sich aber eine gute Stammkundschaft erarbeiten.”

2.6 Sortimentsgestaltung

Größe des Sortiments: Jeder Unverpacktladen hat ein unterschiedliches Sortiment, abhängig von Region, Größe des Ladens und Spezialisierung. Was dein geplantes Sortiment betrifft, solltest du es außerdem auf die Bedürfnisse der Zielgruppe abstimmen. Natürlich kannst du jederzeit zusätzliche Produkte aufnehmen oder welche weglassen. Wir empfehlen dir jedoch, auf Feedback deiner Kund*innen zu hören. Schau dich vor der Festlegung des Sortiments in anderen Geschäften in der Gegend um: Welche Produkte gibt es bereits zu kaufen? Mit welchen Angeboten kannst du eine Marktlücke füllen? Dein Sortiment sollte groß genug sein, damit Konsument*innen einen Anreiz sehen, den Großteil ihres Einkaufs bei dir zu erledigen und nicht zu verschiedenen Läden fahren zu müssen (Einsparung von Wegen!), aber klein genug, damit du den Überblick nicht verlierst sich die Waren schnell genug drehen.

Best-Practice-Tipp

von Engin von greenroot, Innsbruck

"Gestalte das Sortiment so, wie man selber bevorzugt, einzukaufen. Das erleichtert in weiterer Folge die Beratung und verstärkt das authentische Verwalten, worauf es früher oder später ankommt. Denn Individualität & Authentizität sind (unter anderem) die Stärken der einzelnen Zero-Waste-Shop's im Vergleich zu den angekündigten, verpackungsfreien Einkaufsmöglichkeiten der Supermarktketten!"

Bio oder konventionell?
Bei deiner Recherche und bei Besuchen in anderen Unverpacktläden wird dir vielleicht schon aufgefallen sein, dass viele Betriebe auf Bio-Lebensmittel setzen. Im Bio-Lebensmittelbereich wird durch unabhängige Kontrollstellen überprüft, ob landwirtschaftliche Betriebe strenge Richtlinien in Bezug auf Erzeugung, Verarbeitung und Kennzeichnung von Lebensmitteln einhalten. Das sorgt nicht nur für besonders gute Qualität der Lebensmittel, sondern schont auch unsere Böden im Anbau und fördert die Artenvielfalt durch den verringerten Einsatz von Pestiziden.

Vieles spricht für Bio-Produkte, aber gerade kleinere Österreichische Betriebe scheuen sich oft vor Kosten und Aufwand der Zertifizierung und arbeiten trotzdem entlang der Bio-Richtlinien, auch wenn sie nicht zertifiziert sind.

Unser Credo: Regionale Produkte mit **kurzen Lieferwegen** sind Bio-Produkten mit langer Anreise zu bevorzugen! Wenn du die Wahl hast, zwischen Waren aus deinem Umkreis, die nicht Bio-zertifiziert sind und welchen, die zwar ein Bio-Siegel tragen, aber aus dem Ausland kommen, wähle immer erstere Variante. Somit werden nicht nur lange Transportwege gespart, du unterstützt auch die lokalen Landwirt*innen und Lebensmittelproduzent*innen. Mehr dazu erfährst du in Kapitel 5.

©???

Best-Practice-Tipp

von Raquel von natur:genuss, Oberwart

“Ich habe mich für Bio-Produkte entschieden, primär wegen dem Umweltschutz. Die konventionelle Landwirtschaft laugt die Böden aus, tötet jedes Lebewesen, die auf dem und im Boden leben. Die Erde trocknet schneller aus und kann kein Wasser mehr aufnehmen. Die Pestizide, die zum Einsatz kommen, werden aus dem Boden gewaschen und gelangen in die Gewässer. Ich bevorzuge biologische vor konventionellen Lebensmitteln. Bio und regional wäre ja das Beste.”

Gastronomie: Zuletzt musst du dir darüber Gedanken machen, ob du einen eigenen Gastronomiebereich in deinen Unverpacktladen integrieren möchtest. Bedenke, dass du dafür bei mehr als 8 Verabreichungsplätzen eine gültige Gewerbeberechtigung benötigst (mehr dazu in Kapitel 1). Natürlich bedeutet dies mehr Aufwand und unter Umständen höhere Personalkosten, wenn du dafür eigens geschulte beziehungsweise ausgebildete Mitarbeiter*innen einstellen musst. Der große Vorteil liegt jedoch darin, dass du Lebensmittel, die du aufgrund von Druckstellen oder aufgrund des Haltbarkeitsdatums nicht mehr verkaufen kannst, einfach zur Weiterverarbeitung nutzen kannst. Du beugst somit Lebensmittelverschwendung vor und hast nebenbei ein tolles Zusatzangebot, dass potenzielle neue Kund*innen anlockt. Mehr dazu findest du auch in Kapitel 7.

Unsere Empfehlung: Wenn du einen Gastronomiebereich inkludieren möchtest, plane dies bereits früh genug ein. Umbauten im Nachhinein sind oft kostspielig und aufwändig!

Kapitel 3 - Gesetzliches

Speziell im Lebensmittelverkauf sind Hygiene- und Kennzeichnungsvorschriften besonders streng. Damit du keine bösen Überraschungen erlebst, empfehlen wir dir, dich hier früh genug zu informieren, welche aktuellen Richtlinien für welche Art von Lebensmitteln gelten und welche besonderen Voraussetzungen zu erfüllen sind, hier findest du den dazugehörigen Gesetzestext für den Lebensmittelhandel. Beachte jedoch, dass es von Bundesland zu Bundesland unterschiedliche Gesetze gibt und oftmals auch Bezirke verschiedene Regelungen haben.

3.1 Lebensmittelsicherheit

Die Grundlage für den Bereich der Lebensmittelsicherheit bildet das Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz. Darin heißt es, dass jede*r Unternehmer*in, der/die mit Lebensmitteln zu tun hat, ein*e sogenannte*r "Lebensmittelunternehmer*in" ist. Das bedeutet, dass auch du mit der Eröffnung eines Unverpacktladens dazu zählst. Die Verordnung besagt, dass nur sichere Lebensmittel in Verkehr gebracht werden dürfen und jede*r Lebensmittelunternehmer*in in seinem Bereich für die Sicherheit der Produkte verantwortlich ist. Doch was bedeutet das nun für deinen Laden?

Rückverfolgbarkeit: Die angebotenen Waren müssen zumindest zum/zur Lieferant*in zurückverfolgt werden können. Dazu ist es notwendig, dass Aufzeichnungen (schriftliche Belege), wie Lieferscheine oder Rechnungen, über sämtliche Wareneingänge vorhanden sind. Falls du selbst Produkte herstellst (zum Beispiel Fertiggerichte), musst du auch Auskunft über die Herstellung im Betrieb geben können.

Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit: Artikel 14 der EU-Verordnung zum Lebensmittelrecht besagt, dass Lebensmittel, die nicht sicher sind, also gesundheitsschädlich für den Menschen sein können, nicht in den Verkehr gebracht werden dürfen. Speziell für Lebensmittel tierischen Ursprungs (Fleisch, Fisch, Eier, Milch) gelten gesonderte Regelungen, die du in der Lebensmitteleinzelhandelsverordnung nachlesen kannst. Gilt ein tierisches Produkt aus einem bestimmten Grund als nicht (mehr) sicher (zum Beispiel durch Verderb, Fremdstoffe, Fäulnis), muss es umgehend aus dem Verkehr gezogen werden und Abnehmer*innen sowie Behörden darüber informiert werden. Sollte es sich um gesundheitsschädliche Lebensmittel handeln, wie Verunreinigung durch gesundheitsgefährdende Bakterien, ist als erstes die Behörde, also die zuständige Bezirkshauptmannschaft oder das Lebensmittelinspektorat, zu informieren, bevor die oben genannten Schritte eingeleitet werden müssen.

Weitere Hinweise: Sämtliche Behälter, Bretter und Utensilien, die mit Lebensmitteln direkt in Berührung kommen, müssen über einen Nachweis der Lebensmittelechtheit verfügen! Dieser ist entweder anhand eines Herstellerzertifikats zu erbringen oder durch direkte Symbole am Gegenstand selbst.

3.2. Hygienevorschriften

Grundlage für die Hygienevorschriften im Einzelhandel bildet die Leitlinie für gute Hygienepraxis (GHP). Hier findest du das vollständige Dokument.
Wichtig für dich als Unverpacktladenbesitzer*in sind dabei folgende Aspekte:

Warenübernahme und -lagerung: Bei Wareneingang müssen die Lebensmittel stichprobenartig auf Unversehrtheit überprüft werden. Dabei ist die Übereinstimmung der Lieferdokumente mit der Ware zu prüfen. Bei gekühlten Lebensmitteln sollte außerdem eine Temperaturkontrolle vorgenommen werden. Bei der Einlagerung musst du darauf achten, dass die Ware nach dem first-in/first-out-Prinzip und ordnungsgemäß (nach Angabe vom Hersteller*in/Produzent*in) gelagert wird.
Beachte dabei, dass unverpackte Lebensmittel nicht direkt am Boden gelagert werden dürfen, auch bei Kunststoff- oder Kartonverpackungen ist hier Vorsicht geboten!

Schädlingsmonitoring: Gerade im unverpackten Handel solltest du unbedingt darauf achten, dass das Eindringen von Schädlingen (Ratten, Mäuse, Fliegen, Motten oder Milben) in Lagerbehälter verhindert wird. Durch die lauernde Gefahr des Schädlingsbefalls ist hier auf eine systematische und regelmäßige Kontrolle und Schädlingsbekämpfung zu achten. Dabei hilft dir ein sogenannter Schädlingsmonitoringplan, der für einzelne Räume die Fallen und deren Kontrollhäufigkeiten festlegt. Zusätzlich ist eine Dokumentation der Befallskontrolle, mindestens alle 3 Monate, vorzunehmen. Im Falle des Einsatzes von Schädlingsbekämpfungsmitteln muss darauf geachtet werden, dass eine Kontamination von Lebensmitteln unbedingt verhindert wird!

Reinigung und Desinfektion: Auch für die Reinigung von Flächen und Utensilien ist ein Reinigungs- und Desinfektionsplan zu erstellen, der festlegt, wer, was, wann, wie und womit reinigt. Speziell im Bereich der unverpackten Lebensmittel dürfen lediglich Desinfektionsmitteln verwendet werden, die für den Lebensmittelbereich geeignet sind. Wichtig: Nach der Verwendung von Desinfektionsmittel muss mit frischem Trinkwasser nachgespült werden (ausgenommen bei Desinfektionsmitteln auf Alkoholbasis).

Hygieneschulung: Mitarbeiter*innen müssen zu Arbeitsbeginn von einer befähigten Person über Hygienemaßnahmen eingeschult werden. Hier wird über hygienische Verhaltensregeln aufgeklärt und die dazugehörigen Merkblätter an die jeweiligen Mitarbeiter*innen ausgehändigt. Die Schulung ist einmal pro Jahr zu wiederholen und zu dokumentieren und muss von den Mitarbeiter*innen per Unterschrift bestätigt werden.

Hinweis: Im Anhang der Leitlinie findest du Merk- und Checklisten, sowie vorgefertigte Reinigungs- und Monitoringspläne, die dir dabei helfen, die Hygienebestimmungen zu kontrollieren und einzuhalten.

Weitere Informationen zu Personalhygiene, Kühlkette, etc. findest du in oben genanntem Dokument.

© Das Gramm

Best-Practice-Tipp

von Verena, Das Gramm, Graz

"Die beste Entscheidung, vor der Eröffnung unseres ersten Ladens war, direkt Kontakt mit dem Hygieneamt vor Ort aufzunehmen, um die Räumlichkeiten gemeinsam zu besichtigen und das Hygieneamt für Lebensmittelsicherheit zur Abnahme nach dem Umbau auch "einzuladen". Bei solchen Terminen können alle Fragen direkt geklärt werden und man ist auf der sicheren Seite. Ein Hygienekonzept nach HACCP sollte parallel dazu erstellt werden, so beschäftigt man sich automatisch mit dem Risikomanagement und Maßnahmenplan für den eigenen Shop."

3.3 Kennzeichnung

Die Lebensmittel müssen den Vorgaben entsprechend beschriftet sein, sobald sie zum Verkauf angeboten werden. Für gewöhnlich stehen alle nötigen Angaben auf den Verpackungen. Da diese jedoch in Unverpacktläden fehlen, müssen die Spender und Dosierbehälter ausreichend beschriftet werden.

Dazu zählt:

- die Artikelbezeichnung
- die Zutaten, falls es sich um Mischware, wie Müsli, handelt
- Allergeninformationen
- die Herkunft
- der/die Produzent*in und
- eine Preisangabe

Letztere wird im unverpackten Handel meist auf eine Mengeneinheit von 100 Gramm bzw. 1 Liter bezogen (z. B. _ € / 100g). Empfohlen wird außerdem die Anbringung des Mindesthaltbarkeitsdatums (MHD) sowie einer Chargennummer, sofern vorhanden.

Grundsätzlich gilt: Informationen dürfen nicht irreführend sein. Wir empfehlen dir aufgrund der Transparenz, dass du sämtliche Informationen, die du über das jeweilige Lebensmittel hast, zur Verfügung stellst.

3.4 Sonstige Regelungen

Wenn du Mitarbeiter*innen anstellst, gilt das Arbeitnehmerschutzgesetz. Dies regelt unter anderem Arbeitszeitbestimmungen, Arbeitsbedingungen oder auch konkrete Voraussetzungen, wie nötige Fluchtwege, Licht, Raumhöhe oder Luftzufuhr am Arbeitsplatz. Weiterführende Informationen dazu findest du hier.

Bitte beachte: Aufgrund der laufenden Änderungen der gesetzlichen Rahmenbedingungen sind alle Angaben ohne Gewähr und hier nur oberflächlich dargestellt. Wir weisen explizit darauf hin, dass wir keine Vollständigkeit der Informationen und gesetzlichen Verpflichtungen gewährleisten, sondern lediglich einen Überblick liefern. Wir empfehlen dir, bei konkreten Fragen auf der Infopage der VerbraucherInnengesundheit nachzulesen oder bei deiner lokalen Behörde nachzufragen.

Kapitel 4 - Warenbeschaffung

Ein wesentlicher Aspekt und gleichzeitig laufende Aufgabe bei der Führung eines Unverpacktladens ist die Beschaffung der Waren und Verkaufsartikel. Es gibt verschiedene Strategien, wenn es um das Thema der Warenbeschaffung geht. Wir stellen dir die Möglichkeiten vor.

4.1 Lieferant*innen

Du kannst entweder sämtliche Produkte über wenige Großhändler*innen beziehen, was den Vorteil hat, dass du in einem Bestellprozess einen großen Teil des Sortiments abdecken kannst und die Lieferung gesammelt bei dir ankommt.

Wenn du hingegen Produkte von verschiedenen Produzent*innen beziehungsweise Händler*innen anbieten möchtest, wird der Bestellprozess mehr Zeit in Anspruch nehmen, weil du bei mehreren Firmen bestellen musst. Du hast jedoch den Vorteil, dass du dich damit von Mitbewerber*innen abheben kannst, weil dein Sortiment vielfältiger ist. Gerade durch das Anbieten von Produkten von kleinen Landwirtschaften und Lebensmittelproduzent*innen, die sonst im üblichen Lebensmitteleinzelhandel nicht erhältlich sind, stärkst du deinen USP und hast damit die Chance, neue Kund*innen anzusprechen. In Zukunft werden Nischenangebote immer wichtiger, weil auch die großen Supermarktketten die Wichtigkeit von regionalen Angeboten erkannt haben. Also, setze früh genug auf individuelle Beziehungen mit lokalen Partner*innen und stärke damit die gesamte Region!

© Wild & Nackig

Best-Practice-Tipp

von Jenni von Wild & Nackig, Salzburg

"Unverpackt wird mittlerweile mehrfach kopiert von großen Ketten wie SPAR, Basic Bio etc. Als Unverpacktladen kannst du aber mehr als eine Abfüllstation sein, indem du bei der Warenbeschaffung immer einen Schritt weitergehst: unterstütze kleine regionale Strukturen/Bauern, schau auf samenfestes Saatgut, schau auf Diversität statt Monokultur, biete Lebens- statt Nahrungsmittel an, schau darauf, eine stabile Grundversorgung innerhalb deiner Community zu sichern und nicht Markentrends zu verfolgen."

Natürlich ist auch eine Mischung aus beiden Varianten möglich. Die für dich richtige Balance wirst du im Laufe des Betriebes herausfinden.

Im Anhang findest du eine Auflistung von Lieferant*innen verschiedenster Produkte. Bitte beachte, dass sich die Liste auf Österreich bezieht und keine vollständige Auflistung sämtlicher Anbieter*innen ist, sondern dir lediglich den Beginn erleichtern soll.

Eine der wichtigsten Anlaufstellen für regionale Lebensmittel sind ohnehin Landwirtschaftsbetriebe aus deiner Nähe. Da wir finden, dass in diesem Bereich großes Potenzial, sowohl für dich als Unverpacktladenbetreiber*in, als auch für heimische Bauern und Bäuerinnen besteht, haben wir diesem Thema ein eigenes Kapitel gewidmet, das du gleich im Anschluss findest (Kapitel 5).

4.2 Sortiment abseits der Lebensmittel

Viele Unverpacktläden bieten Zubehör für einen nachhaltigeren Lebensstil als Zusatzangebot für ihre Kund*innen an. Neben diesen Produkten ist es sinnvoll, Gläser, Flaschen und Stoffbeutel, als Behältnisse zum Kauf oder als Pfand Option, im Sortiment zu haben. Dafür listen wir dir im Anhang ebenfalls einige Anbieter*innen auf.

Tipp

Frag in deiner Community nach leeren (sauberen) Einweggläsern, die sich optimal als wiederbefüllbare Behältnisse verwenden lassen. Wenn du diese im Geschäft sammelst und gratis zur Verwendung anbietest, werden sich Kund*innen darüber freuen, wenn sie mal ihre eigenen Behälter vergessen haben oder zu wenige dabei haben. Das spart Verpackungsmüll und gibt den Einweggläsern gleichzeitig ein zweites Leben! Das gleiche kannst du übrigens auch mit Kartons/Papier- oder Stofftaschen machen.

Neben den eben genannten Produkten kannst du dir auch überlegen, dein Sortiment mit Trinkflaschen, Brotdosen, Mehrweg-Besteck und -Strohhalmen, Coffee-to-Go-Bechern, Bienenwachstüchern und anderen Produkten zu erweitern, die Kund*innen für einen nachhaltigeren Lebensstil benötigen könnten. Auch Bücher rund um das Thema Nachhaltigkeit erfreuen sich großer Beliebtheit. Eine tolle Auswahl findest du unter anderem beim Löwenzahn Verlag.

Unsere Empfehlung für Zubehör & Verpackungsmaterial: Schau dich auf österreichischen Bio-, Verpackungs- und Nachhaltigkeitsmessen um. Dort findest du eine große Auswahl an Anbieter*innen und Expert*innen, die dir bestimmt weiterhelfen können. Eine erste Auflistung findest du außerdem im Anhang dieses Leitfadens.

Kapitel 5 - Landwirtschaft

Die Zusammenarbeit mit regionalen Landwirt*innen ist eine wichtige Grundlage für deine Sortimentsgestaltung. Daher erfährst du in diesem Kapitel, welche Vorteile dies mit sich bringt und wie du mit Herausforderungen umgehen kannst.

Hintergrund: Die Entwicklung der letzten Jahre zeigt, dass viele kleine Landwirtschaften aufhören, weil eine wirtschaftliche Betriebsführung immer schwieriger wird. Der Trend geht zu Großbetrieben, die auf Masse produzieren. Diesem Trend gilt es entgegenzuwirken, und auch kleine Betriebe zu unterstützen und einen Fortbestand des vielfältigen Angebots zu fördern.

Die Zusammenarbeit zwischen landwirtschaftlichen Produzent*innen und Unverpacktläden ist in Österreich noch nicht sehr ausgereift, jedoch gibt es großes Potenzial, die Beziehungen zu intensivieren und damit die regionale, kleinstrukturierte Landwirtschaft zu stärken. Dies hat für beide Seiten Vorteile: Landwirt*innen haben einen zusätzlichen Absatzkanal für ihre Lebensmittel und Unverpacktläden können sich durch das sehr differenzierte Angebot von regionalen Lebensmitteln von der Konkurrenz (Supermärkten!) abheben. Außerdem können weite Wegstrecken eingespart werden, was wiederum weniger CO2-Ausstoß bedeutet.

Die Herausforderung liegt darin, dass manche Betriebe noch keine Erfahrung mit dem unverpackten Handel gemacht haben und nicht offen für Veränderung und neue Vertriebskanäle sind. Hierzu braucht es mitunter Überzeugungsarbeit seitens der Ladenbetreiber*innen und das Aufzeigen der Vorteile für die Landwirt*innen.

Best-Practice-Tipp

Michael von der D'Greisslerei, St. Leonhard am Forst

"Die Zusammenarbeit mit der kleinstrukturierten Landwirtschaft erfolgt gern per Handschlag und das meist auch ohne Probleme! Es empfiehlt sich jedoch, um der Verbindlichkeit der partnerschaftlichen Zusammenarbeit Ausdruck zu verleihen, eine schriftliche Liefervereinbarung zu treffen. Zugleich können alle relevanten Daten ausgetauscht werden (Bankverbindungen, Rechnungsadressen, BIO-Zertifikat, etc.). Wir stehen hierbei gerne mit Rat und Tat zur Seite!"

Regionale Landwirtschaft in deinen Unverpacktladen: Wie schon im Kapitel 2 erwähnt, gibt es bio-zertifizierte und konventionelle Landwirtschaftsbetriebe. Optimal wäre natürlich, wenn es in deiner näheren Umgebung ausreichend Anbieter*innen von Bio-Lebensmitteln gibt, deren Produkte du in dein Sortiment aufnehmen kannst. Da dies natürlich nicht immer der Fall ist, solltest du primär auf regionale Anbieter*innen zurückzugreifen, auch wenn sie keine Bio-Produkte anbieten.

Wir empfehlen dir, früh genug mögliche Lieferant*innen (Landwirtschaften, Gärtnereien, Müllereien) in deiner Umgebung zu kontaktieren und zu fragen, ob sie deinen Laden beliefern würden. Stelle dich und deine Idee vor und erkundige dich, in welchen Gebinden (Säcken, Kübeln, Kartons) und in welchen Mengeneinheiten geliefert wird und ob es eine Mindestbestellmenge gibt. Für gewöhnlich ist es bei kleineren Betrieben einfacher, individuelle Lösungen zu finden, also trau dich ruhig, nachzufragen!

Benötigst du Hilfe bei der Suche nach geeigneten Betrieben oder Kontakten? Wende dich an BIO AUSTRIA, der Verband hat einen genauen Überblick über die Mitglieder*innen und weiß auch über die Qualität der vorhandenen Produkte Bescheid. BIO AUSTRIA hat mit der Biomap außerdem eine Online-Landkarte veröffentlicht, auf der du Bio-Betriebe in deinem Umfeld suchen kannst.

Vorstellung BIO AUSTRIA:

BIO AUSTRIA ist der größte Verband für Biologische Landwirtschaft in Europa und vertritt 13.500 Biobäuerinnen und Biobauern in ganz Österreich. Zu den Kernkompetenzen gehören Beratung, Bildung, agrarpolitische Vertretung, Konsumenteninformation sowie Öffentlichkeitsarbeit und Marketing.
Der Landesverband BIO AUSTRIA Niederösterreich und Wien ist mit über 3.700 Mitgliedern der größte Bio-Regionalverband.

BIO AUSTRIA Betriebe müssen die strengen BIO AUSTRIA - Richtlinien einhalten, die über die EU-Reglementierung hinausgehen. Nicht umsonst lautet der Leitspruch des Vereins „Wir schauen aufs Ganze“ - BIO AUSTRIA steht für Sicherheit durch strenge Kontrollen, Sicherung der Artenvielfalt und Schutz von Boden, Wasser, Luft und Klima.

Der Verband BIO AUSTRIA NÖ und Wien hat rund 3.700 Mitglieder – Biobäuerinnen und Biobauern, die nach strengen Richtlinien qualitativ hochwertige Biolebensmittel erzeugen. Hauptaugenmerk liegt in der Unterstützung der Mitglieder – von Beratung und Bildung bis zur Vermarktung. Öffentlichkeits- und Konsumentenarbeit rund um die biologische Landwirtschaft sind ebenfalls zentrale Aufgabenfelder. Ein wichtiger Bereich ist auch die Unterstützung der Verarbeiter von biologischen Lebensmitteln.

Zum Schluss: Sei dir der Vorteile bewusst, die eine persönliche Beziehung zu regionalen Produzent*innen mit sich bringen und schaffe hierfür auch Bewusstsein bei deinen Kund*innen! Lass dich von Rückschlägen nicht aufhalten, auch auch wenn es zu Beginn zu kleineren Herausforderungen und Startschwierigkeiten kommen kann.

Best-Practice-Tipp

von Sonja vom Bioladen Bisamberg, Niederösterreich

“Möglichst viele Lieferanten persönlich kennen lernen, also unbedingt regional beziehen. Alles andere bekommt man beim Supermarkt/Drogieriemarkt. Wir Kleinen müssen uns in den Produkten unbedingt davon unterscheiden! Wenn ich Produkt und Lieferant gut kenne, kann ich entscheiden, was ich wirklich in meinem Laden haben will und dazu eine Story erzählen und in weiterer Folge auch besser verkaufen. Das schafft Vertrauen bei den Kunden.”

Kapitel 6 - Laufende Anforderungen

Speziell Lebensmittelhandel sind die laufenden Anforderungen an Hygiene und Abläufe aufwändig und nicht zu unterschätzen. Sei dir bewusst, dass es hier strenge Auflagen gibt, die aber mit der Zeit zur Routine und damit für dich selbstverständlich werden.

6.1 Füllsysteme

Bei jeglichen Füllsystemen gilt:

- Achte darauf, dass sie luftdicht verschlossen werden können, um Ungezieferbefall vorzubeugen.
- Außerdem ist es wichtig, Chargenvermischung zu vermeiden: Leere daher die Spender immer gänzlich, bevor du eine neue Charge einfüllst. Dabei kannst du auch gleich die Reinigung vornehmen! Apropos: Es gibt zwar keine vorgeschriebenen Reinigungsintervalle für Lebensmittelbehälter, wir empfehlen dir trotzdem, diese regelmäßig zu putzen, am besten anhand eines vorher definierten Reinigungsplans.
- Auch die Beschriftung muss bestimmten Formalien folgen: Bei Selbstbedienung müssen die Behälter ausreichend beschriftet sein. Mehr dazu in Kapitel 3.

Bei Fremdbedienung, also wenn Mitarbeiter*innen die Ware abfüllen, reichen jedoch interne Aufzeichnungen über die Inhalte und die Auskunftsfähigkeit des Bedienungspersonals.

6.2 Reinigung der Verkaufsflächen

Trotz der empfohlenen Verwendung von Auffangbehältern beziehungsweise Überlaufrinnen, wird es vorkommen, dass Kund*innen Flüssigkeiten ausleeren oder Teile der losen Ware am Boden landen. Daher ist die laufende Reinigung der Verkaufsflächen unumgänglich. Folgende Tipps helfen dir dabei, dein Geschäftslokal während des Tages sauber zu halten:

- Handbürsten eignen sich wunderbar, um Regale, Auffangbehälter und sonstige Flächen, die mit Lebensmitteln in Berührung kommen, schnell sauber zu machen. Beschrifte sie am besten direkt vor der ersten Benützung, damit sie nicht irrtümlich für Bodenflächen verwendet werden.
- Kleinere Pinsel können dazu verwendet werden, Gewürz- und Teeschaufeln und -löffel zwischendurch von hängen gebliebenen Resten zu befreien.
- Achte darauf, dass du genügend saubere Reinigungstücher zum putzen unterschiedlicher Oberflächen hast. Verschiedene Farben helfen dir dabei, diese nicht zu vertauschen.

Nach Ladenschluss stehen größere Reinigungsmaßnahmen am Programm. Schaufeln, Löffel und Auffangbehälter, sofern vorhanden, müssen gründlich gereinigt und desinfiziert werden. Der Boden, die Verkaufstheke und auch das Lager sind ebenfalls zu reinigen und zu kontrollieren. Schau auch, ob alles dicht verschlossen ist und, ob Produkte für den nächsten Tag nachzufüllen sind. Bedenke bei der Personalplanung, dass die Reinigung und Vorbereitungsarbeiten, auch außerhalb der Öffnungszeiten, für den nächsten Tag einige Zeit in Anspruch nehmen und dementsprechend als Arbeitsstunden gezählt werden.

6. 3 Umgang mit verderblichen Lebensmitteln

Man kennt es aus dem privaten Haushalt: Trotz großer Sorgfalt kommt es hin und wieder vor, dass Lebensmittel verderben. Um die Lebensmittelverschwendung in deinem Unverpacktladen zu minimieren, solltest du deine Waren stets kontrollieren und ggf. die Ablaufdaten im Blick haben.

- Setze auf einen intelligenten Wareneinkauf, das heißt bestelle nur die Mengen, die du auch tatsächlich verkaufen kannst!
- Obst & Gemüse solltest du bereits beim Eintreffen der Ware überprüfen: Gibt es Stücke, die Druckstellen aufweisen oder gar faulig sind? Sortiere diese aus und verwerte sie anderweitig, wenn möglich.
- Wenn du eine eigene Gastronomie oder Küche dabei hast, kannst du Obst & Gemüse mit Schönheitsfehlern ganz einfach für Mittagsmenüs verkochen oder als Marmelade/Chutney einkochen.
- Nutze die Plattform Too Good To Go, mit der du Essenspakete schnüren kannst, die du günstiger an Nutzer*innen abgibst.

Kritisch ist die Situation bei Fleisch- und Wurstprodukten: verkaufe beziehungsweise verkoche keine Waren, bei denen das Ablaufdatum bereits überschritten ist, da dies zu gesundheitlichen Folgen führen kann.

Besonders wichtig in dieser Hinsicht ist geschultes Personal: Zeige deinen Mitarbeiter*innen, worauf sie achten müssen, um Lebensmittelverderb vorzubeugen!

Best-Practice-Tipp

Michael von der D'Greisslerei, St. Leonhard am Forst

Setze auf geschultes Verkaufspersonal! Mitarbeiter*innen sorgen dafür, dass weniger Lebensmittel verderben, weil sie im Normalfall die Ablaufdaten im Blick haben und dafür sorgen, dass keine Waren entsorgt werden (müssen)."

6.4 Marketing

Wie in Kapitel 2 (erste Überlegungen) bereits erwähnt, musst du dir natürlich vor Eröffnung Gedanken über deinen Firmen-Namen und ein Logo machen. Recherchiere dazu früh genug, welche Namen es schon gibt, und überlege dir ein Farb- und Schriftkonzept. Vor Eröffnung solltest du dann Drucksorten anfertigen lassen, damit du in der Umgebung Werbung machen kannst (Flyer, Plakate, Visitenkarten, etc.).

Best-Practice-Tipp

von Doris und Sara von BRUNO unverpackt, Seekirchen

"Bei unverpackten Waren ist das Logo oft wenig ersichtlich. Eine Praktikantin brachte uns auf die Idee, das Logo als Aufkleber möglichst viel zu verwenden. Jetzt kleben wir es z.B. auf alle unsere Pfandgläser. Das steigert den Wiedererkennungswert und ist somit eine gute Werbung."

Um potenziellen Kund*innen in weiterer Folge von deinem Laden und aktuellen Angeboten zu erzählen, solltest du dir vorab eine Marketingstrategie zurechtlegen. Eine einladende Website sollte Standard sein! Es gibt schon viele Anbieter*innen für DIY-Websites, sei dir aber darüber im Klaren, dass die Erstellung und das Handling einige Zeit in Anspruch nehmen!

Unterschätze die Nutzung von Social Media Kanälen nicht, damit hast du eine kostengünstige Möglichkeit, über dich und deinen Laden zu informieren. Überlege dir, welche Kanäle du nutzen möchtest und vor allem, ob du diese selbst betreust oder lieber an eine*n Mitarbeiter*in auslagerst. Gerade Plattformen wie Facebook oder Instagram leben von regelmäßigen Postings und Interaktion. Bedenke also, dass dies einige Zeit in Anspruch nehmen wird. Du musst kein*e Marketing-Expert*in sein, um einen schönen Online-Auftritt zu haben. Wenn du dir unsicher bist, frage in deinem Umkreis, belege Webinare oder Kurse, oder wende dich an Marketing-Spezialist*innen.
Bedenke jedoch trotzdem, dass, vor allem im Online-Marketing, rechtlich Vorsicht geboten ist. Gerade Urheberrechtsverletzungen, auch wenn sie unbewusst passieren, können hohe Strafen nach sich ziehen. Daher empfiehlt sich die Zusammenarbeit mit Profis, wie der Landluft HBH GmbH & Co KG, die über ausreichend Erfahrungswerte in diesem Bereich verfügen.

Über deine Website und Online-Kanäle kannst du ganz einfach aktuelle Neuigkeiten, wie das Wochenmenü, neue Produkte oder geänderte Öffnungszeiten posten. Ein Tipp für höhere Kund*innen-Bindung: Starte einen Newsletter für Interessierte, damit sie immer über Neuigkeiten deines Unverpacktladens Bescheid wissen!

Auch Events und In-Store-Aktionen locken Leute an: Du kannst dir überlegen, regelmäßig Verkostungen zu organisieren und dazu mit Produzent*innen zu kooperieren. Für gewöhnlich freuen sich diese, wenn sie die Chance bekommen, ihre Produkte persönlich vorstellen zu können.

Eine weitere Möglichkeit, deinen Laden zu präsentieren und die Bekanntheit zu steigern bietet dir eine Unternehmensmitgliedschaft bei Zero Waste Austria. Je nach Paket bekommst du unterschiedliche Marketingleistungen, die dir helfen, neue Kund*innen anzusprechen. Optional kannst du der Zero Waste Austria Community Rabatte auf einen Einkauf in deinem Laden gewähren, was sich positiv auf die Kund*innenbindung auswirken kann. Gleichzeitig wirst du in ein großes Netzwerk aus über 80 nachhaltigen Unternehmen aufgenommen und kannst so wertvolle Kontakte knüpfen und Synergien nutzen.

Kapitel 7 - weitere Überlegungen

Du hast dich jetzt schon durch die wichtigsten Vorab-Entscheidungen und Grundlagen gelesen, kennst Anbieter*innen von Einrichtung, Lebensmitteln und Zubehör und weißt auch, welche Arbeitsprozesse auf dich zukommen werden. Nun gibt es weitere Überlegungen, die du beim Führen eines Unverpacktladens miteinbeziehen kannst. Diese fassen wir kurz für dich zusammen.

Zusatzangebote: Zusätzliche Angebote, die du deinen Kund*innen als Service bieten kannst, heben dich von deiner Konkurrenz ab und können deinen Umsatz steigern. Natürlich ist dies abhängig von deinem Standort und der Zielgruppe. Hier ein paar Beispiele:

- **Mittagsmenü:** Vor allem in Städten, in denen Menschen zu Mittag oft auf der Suche nach kleinen, schnellen Mahlzeiten sind, sind kostengünstige Mittagsmenüs sehr beliebt. Der Vorteil: Du kannst Obst & Gemüse verkochen, dass aufgrund des Aussehens nicht mehr regulär im Laden verkauft werden kann. Unser Tipp: Biete Speisen optional in Mehrweg-(Pfand)-Behältern an, damit sie auch verpackungsfrei ins Büro genommen werden können.
- **Kaffee:** Wenn du ausreichend Platz hast, richte doch eine gemütliche Kaffee-Ecke in deinem Unverpacktladen ein! Auch Coffee-to-Go ist ein beliebtes Zusatzangebot, das Kund*innen gerne annehmen. Um das Zero Waste Konzept konstant durchzuziehen, musst du auf jeden Fall darauf achten, Mehrweg-Kaffeebecher, zum Beispiel mit Pfand, anzubieten.
- **Mühlen:** Du verkaufst lose Kaffeebohnen oder Getreidekörner? Stell doch eine Kaffee- und Getreidemühle in dein Geschäft, damit Kund*innen vor Ort ihren Einkauf mahlen lassen können.
- **Liefer- oder Packservice:** Manche Konsument*innen haben keine Zeit oder schlichtweg nicht die Möglichkeit, selbst ihren Einkauf im Unverpacktladen zu erledigen. Überlege dir daher, ob du einen Lieferdienst an gewissen Tagen anbieten möchtest, oder Kund*innen alternativ morgens leere Behältnisse samt Einkaufsliste ins Geschäft bringen können, die von dir bis zur Abholung abends befüllt werden. Auch eine online (Vor-)Bestellung ist eine Möglichkeit, Kund*innen zu erreichen, die sonst nicht in einen Unverpacktladen gehen würden.
- **Reuse:** Bei ausreichend Platz kannst du einen Bücherschrank oder Gabentisch in deinem Laden integrieren. Dabei können Bücher oder (funktionierende) Gegenstände abgegeben werden, die nicht mehr gebraucht werden. Sharing is caring! Hast du dafür keinen Platz, kannst du optional eine Pinnwand für Gegenstände anbringen, die zu verkaufen/zu verschenken sind.
- **Workshops:** Du kannst außerhalb der Öffnungszeiten deine Räumlichkeiten für Workshops, Vorträge oder Networking-Events zur Verfügung stellen. Rede mit deiner Community oder der Gemeinde, ob es hier Bedarf gibt.
- **Klebe einen Refill-Sticker** an deine Eingangstüre, damit Passant*innen wissen, dass sie bei dir ihre Trinkwasserflasche kostenlos mit Leitungswasser auffüllen können. Hier kannst du dich darüber informieren und gleich Sticker bestellen.

Tipps für (Neu-)Kund*innen: Gerade Zero Waste-Einsteiger*innen sind sich unsicher, wie ein Einkauf in einem Unverpacktladen funktioniert und worauf man achten muss. Wenn die Hemmschwelle zu groß ist, meiden sie Unverpacktläden und kaufen lieber in konventionellen Supermärkten. Um dem zu entgehen, kannst du mit ein paar Tipps und Tricks helfen, die Berührungsängste zu minimieren.

Best-Practice-Tipp

von Christina von Unpackbar, Linz

"Wir machen es mit Neukunden immer so, dass wir ihnen eine kurze Einführung geben – wir erklären das Abwiegen der Leerbehälter und zeigen kurz, wie man die Produkte abfüllt. Das gibt den Kunden ein sicheres Gefühl und somit geht dann "die Angst" vor dem Neuen verloren."

- Nutze die Zero Waste Austria Informationen. Wir haben ausführliche Artikel zum unverpackten Einkaufen, wie auch Regionsartikel verfasst. Außerdem findest du bei uns Österreichs erste Unverpackt-Map.
- Unterstützung im Vorfeld: Veröffentlichte eine Sortimentsliste deines Ladens, damit Konsument*innen schon vorab wissen, welche Produkte es im Laden zu kaufen gibt. Wenn du möchtest, kannst du auch gleich geeignete Behälter anmerken, in die die jeweiligen Waren am besten abgefüllt werden. Führe auch an, welche Behälter es im Laden zu kaufen/auszuborgen/kostenlos gibt.
- Hilfe beim ersten Einkauf: Achte selbst darauf und schule deine Mitarbeiter*innen dahingehend, dass sie Unterstützung für Neukund*innen anbieten. Erkläre, wie das System unverpackt einkaufen funktioniert, wie die Ware entnommen wird, welche Behältnisse sich für verschiedene Produkte eignen, wie die Waagen funktionierten, etc.
- Hinweise vor Ort: Für Kund*innen, die keine persönliche Beratung oder Hilfe möchten, sind Hinweistafeln und schriftliche/grafische Erklärungen essentiell. Du kannst dazu im Laden verteilt Hinweise und Anleitungen anbringen, die Schritt für Schritt erklären, wie der unverpackte Einkauf funktioniert.
- Startersets für Einsteiger*innen: Schnüre Pakete mit Sortimentsliste, einer Anleitung, verschiedenen Behältern und ggf. Produktproben für Neukund*innen, die sie vor ihrem ersten Einkauf erwerben können.

Öffnungszeiten: Je nach Bundesland sind Öffnungszeiten gesetzlich eingeschränkt, grundsätzlich ist aber in jedem Bundesland erlaubt, den Handel zwischen 6 und 21 Uhr zu öffnen. Bei der Wahl der Öffnungszeiten deines Unverpacktladens solltest du einige Aspekte berücksichtigen:

- Wann öffnen/schließen die Läden in deiner unmittelbaren Umgebung?
- Ab/bis wann sind Menschen normalerweise auf den Straßen unterwegs?
- Wann sind Einkaufs-Stoßzeiten?
- Reicht dir ein Ruhetag (= Sonntag) oder
- möchtest du einen weiteren Tag geschlossen halten?

All diese Fragen sollten miteinbezogen werden, wenn es um deine Ladenöffnungszeiten geht. Bedenke auch, dass du mit längeren Öffnungszeiten gegebenenfalls zusätzliches Personal benötigst.

Kund*innenfeedback & Kund*innenbindung: Eine wichtige Grundlage für stetige Verbesserung deines Angebots ist Feedback deiner Kund*innen. Neben Umfragen per Newsletter oder Feedbackbögen im Geschäft vor Ort, kannst du dir eine praktische Software zunutze machen.

Mit der App kubo gibst du gedruckten Kassenbons einen zusätzlichen Mehrwert. Mit kubo verwandelt sich die Rechnung in ein Stammkund*innensystem, mit dem Treue und loyale Kund*innen belohnt, nach ihrer Meinung gefragt und langfristig gebunden werden.
Über das Einscannen des QR-Codes auf jeder Rechnung bekommen Kund*innen für jeden konsumierten Euro einen kubo Punkt. Alle gesammelten Punkte können im Anschluss im Unverpacktladen gegen einen eigens gewählten Rabatt oder eine sonstige Aufmerksamkeit (z. B. Freigetränk) eingelöst werden. Dadurch steigt die Motivation, den Kassenbon aus dem Laden mitzunehmen, und dieser landet nicht direkt im eigenen Mülleimer. Der große Vorteil liegt zudem in der Möglichkeit, über den QR-Code ein Formular zu hinterlegen, in dem Kund*innen anonym Feedback hinterlassen können.

Kapitel 8 - Anlaufstellen für Fragen

Trotz eingehender Recherche und Durchkämmen sämtlicher Webseiten hast du noch offene Fragen, die dir auch dieser Leitfaden nicht beantworten kann? Wir haben hier einige Anlaufstellen, die du für konkrete Fragen kontaktieren kannst:

andere Unverpackt-Betreiber*innen:Erste Anlaufstelle für allgemeine Fragen (Abläufe, Organisation, Empfehlungen, Lieferant*innen) sind andere Unverpacktläden. Inhaber*innen haben die Gründungsphase bereits hinter sich und kennen die Schwierigkeiten, Tücken und Herausforderungen. Die Community ist erfahrungsgemäß sehr offen und hilfsbereit, und gibt gerne Wissen weiter, selbst wenn du potenzielle*r Mitbewerber*in bist.

Lieferant*innen und Produzent*innen: Hab keine Scheu davor, (potenzielle) Lieferant*innen anzusprechen und vorab bezüglich Lieferbedingungen und -konditionen zu fragen. Oft ist es hilfreich zu wissen, ob es eine Mindestbestellmenge gibt, ab welchem Einkaufswert gratis geliefert wird und auch, ob es vielleicht gerade Angebote gibt.
Frage auch aktiv bei Produzent*innen nach, in welchen Gebinden sie liefern und - falls notwendig, ob sie auch in Mehrwegcontainern abfüllen würden. Gerade bei kleineren Firmen ist eine Umstellung leichter und hilft nicht nur dir, sondern auch den Unternehmen selbst, Verpackungsmüll zu sparen.
Für ein einfaches Mehrweg-Biersystem, melde dich bei der Ottakringer Brauerei, um über die Integration einer Fassbar in deinem Geschäft zu sprechen.

offizielle Beratungsstellen: Speziell für Fragen rund um die Gründung eines Unternehmens kannst du dich an offizielle Beratungsstellen, zum Beispiel den WKO Gründerservice oder Gründerworkshop, wenden. Es gibt auch zahlreiche private Dienstleister, die dich in der Gründungsphase unterstützen. Speziell für Unverpacktläden können wir die LandLuft HBH GmbH & Co KG empfehlen, die sich auf Beratung von Unverpacktläden spezialisiert hat und dich beim gesamten Planungs-, Umsetzungs-, Förder- und Betriebsprozess begleitet.

In Graz berät dich Unternehmerin und Gründerin von Das Gramm und Das Dekagramm Verena Kassar zur Eröffnung.

Wirtschaftskammer: Informiere dich bei Fragen zu gesetzlichen Gegebenheiten am besten bei der jeweiligen (bundesländerspezifischen) Wirtschaftskammer. Die Mitarbeiter*innen können dir bei gewerblichen Fragen weiterhelfen. Speziell im Lebensmittelhandel kannst du dich außerdem an die Landwirtschaftskammer wenden, die ebenfalls eigene Landesstellen haben.

Behörden/Gemeinde:

- **Bauliche Maßnahmen:** Wenn du Hilfe für den Umbau deines Ladens benötigst, informiere dich bei der Bezirkshauptmannschaft (= oberste Bauinstanz) beziehungsweise bei der örtlichen Gemeinde über baurechtliche Belange.

- L**ebensmittelhygiene:** Du hast aufgrund zahlreicher Info-Blätter und Vorschriften bereits den Überblick verloren? Kein Problem, die Bezirkshauptmannschaft, mit eigenen Abteilungen zu Lebensmittelsicherheit, ist hier deine Anlaufstelle. Unsere Empfehlung: Bitte schon früh genug um einen Gesprächstermin mit Mitarbeiter*innen aus der Lebensmittelinspektion, damit sich dein Vorhaben nicht unnötig verzögert.

Zero Waste Akademie: Du möchtest dich persönlich weiterentwickeln und Know-how in den Bereichen Ressourcenschonung, Zero Waste und Klimaschutz gewinnen? Dann bist du in der Zero Waste Akademie vom Das Gramm in Graz genau richtig! Durch diesen breitgefächerten Kurs lernst du DIYs kennen, bekommst Infos zu Kreislaufwirtschaft und Abfallmanagement und erhältst nebenbei Einblicke in Marketing und Selbstmanagement. Perfekt, um danach mit deinem eigenen Unverpacktladen durchzustarten!

Kapitel 9: Zusammenfassende Tipps für Neueinsteiger*innen

1. **Unterschätze den Aufwand nicht!** Der Verkauf von losen Lebensmittel bedeutet, dass der Reinigungs- und Hygieneaufwand größer ist, die Bestellungs- und Bestückungsprozesse mitunter langwieriger sind und es einige Zeit dauern wird, bis du das für dich richtige Sortiment ausgewählt hast.
2. **Sei dir darüber bewusst, dass du in verschiedenen Bereichen Kompetenzen mitbringen solltest:** Know-how im Handel, Verkauf, Marketing, Kommunikation, Lebensmittelhandhabung und Personalführung sind essentiell, gegebenenfalls kannst du jedoch bestimmte Aufgaben auslagern.
3. **Plane genügend Zeit für die Vorbereitung ein!** Eine gute Planung ist das A und O und wird dir dabei helfen, die Eröffnung deines Unverpacktladens zeitgerecht zu schaffen. Kontaktiere dazu früh genug Behörden, Berater*innen und Lieferant*innen.
4. **Wenn du Personal einstellst:** Suche Mitarbeiter*innen, die das gleiche Mindset haben, wie du selbst und im besten Fall auch selbst einen nachhaltigen Lebensstil verfolgen. Damit können sie einerseits Kund*innen besser beraten, andererseits werden sie automatisch auch während des Betriebs auf Ressourcenschonung achten und womöglich selbst neue Ideen einbringen.
5. **Versuche, nicht alles perfekt zu machen!** Die Entscheidung, einen eigenen Unverpacktladen zu eröffnen, ist bereits der erste Schritt in die richtige Richtung. Auf dem Weg wirst du dich mehr oder weniger großen Herausforderungen stellen, bei denen du Schritt für Schritt dazu lernen kannst.

Quellen

http://thezerowasteshop.co.uk/budcms/includes/kcfinder/upload/files/Setting-Up-a-Zero-Waste-Shop.pdf
https://www.smarticular.net/unverpackt-laden-eroeffnen-tipps-workshops/
https://gruenderplattform.de/?0&renderId=5dcd565a53cfab001df5bd1b&analysis_type=1&analysis_value=20
http://netzwerk-unverpackt.de/assets/unverpackt/Projekt_Downloads/Internationale%20Fallstudie_unverpackt.pdf
http://hygieneleitfaden-unverpackt.de
https://www.smarticular.net/unverpacktladen-warenlieferung-verpackungsmuell-muellvermeidung/
https://zerowasteeurope.eu/wp-content/uploads/2020/06/zwe_packaging-free-shops_german.pdf
https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/Verabreichungs-_und_Ausschankrechte_ausserhalb_der_Gastron.html
https://www.fuer-gruender.de/wissen/geschaeftsidee-finden/geschaeftsidee-beispiele/unverpacktladen/
https://www.gruenderservice.at
https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/gastronomie/Die_Gastgewerbeberechtigung.html
https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20004546&ShowPrintPreview=True
https://www.sozialministerium.at/dam/jcr:1cc3f5c5-6a92-4927-af5c-bb908d3d7b77/LL_Einzelhandelsunternehmen.pdf
https://www.wko.at/branchen/handel/Oeffnungszeiten_im_Handel_ab_1.1.2008.html
https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/planung/Inhalte-des-Businessplanes.html
https://www.bio-austria.at

Ländliches Fortbildungsinstitut, Lebensmittel- und Hygienerecht, Dr. Martina Ortner

persönliche Kommunikation: Interview mit Janna & Nico Harather, 21.10.2020
persönliche Kommunikation: Interview mit Michael Hörmann, 07.07.2021

Anhang

Linksammlung - weiterführende Informationen

Betriebsanlagengenehmigung:
https://www.wko.at/service/umwelt-energie/Grundsaetze_zur_Betriebsanlagengenehmigung.html

Businessplan:
https://www.gruenderservice.at/site/gruenderservice/planung/Inhalte-des-Businessplanes.html
www.land-luft.at

Gastgewerbeberechtigung:
https://www.wko.at/branchen/tourismus-freizeitwirtschaft/gastronomie/Die_Gastgewerbeberechtigung.html

Lebensmittelhygiene - Leitlinien:
https://www.wko.at/branchen/gewerbe-handwerk/lebensmittelgewerbe/lebensmittelhygiene-leitlinien.html

Lebensmittelsicherheits- und Verbraucherschutzgesetz:
https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=20004546&ShowPrintPreview=True

Leitlinie für gute Hygienepraxis (GHP):
https://www.sozialministerium.at/dam/jcr:1cc3f5c5-6a92-4927-af5c-bb908d3d7b77/LL_Einzelhandelsunternehmen.pdf

Öffnungszeiten-Regelungen:
https://www.wko.at/branchen/handel/Oeffnungszeiten_im_Handel_ab_1.1.2008.html

Refill:
www.land-luft.at
https://www.dasgramm.at/refill-austria/

WKO Gründer*innen-Seminare:
https://www.wko.at/service/w/gruendung-uebergabe/Gruender-Workshops.html

Zero Waste Austria Unternehmensmitgliedschaften:
https://www.zerowasteaustria.at/zero-waste-austria-mitglieder.html

Zero Waste Europe Unverpacktstudie:
https://zerowasteeurope.eu/wp-content/uploads/2020/06/zwe_packaging-free-shops_german.pdf

Lieferant*innen:

Obst & Gemüse:

- Adamah BioHof (Wien & Umgebung), Biogast, Biohof Achleitner, gebana, Nakobi, regionale Landwirt*innen (Biomap von BIO AUSTRIA)

Trockenprodukte (Getreide, Pasta, Hülsenfrüchte, Trockenfrüchte, etc.):

- Bananeira, Biogast, gebana, Biohof Kettler, Landgarten, Lemberona, Morgenland, Nakobi, Nestelberger, regionale Landwirt*innen, Steirerkraft

Tee, Kaffee, Gewürze & Kräuter:

- Bananeira, Biogast, gebana, Lebensbaum, Lemberona, Nakobi, Pflanzner, Sonnentor

Wurst, Käse & Milchprodukte:

- Biogast, Nakobi, regionale Landwirt*innen

Brot:

- regionale Bäckereien

flüssige Seifen- bzw. Reinigungsmittel:

- Bio Bär, Savion, Sonett, Uni Sapon

Getränke:

- Bio Obstbau Filipp, Biogast, Hasenfit, Voelkel, Ottakringer regionale Landwirt*innen

Süßwaren:

- Bananeira, gebana, Landgarten, Lemberona, Nakobi, Zotter

Zubehör:

- Gläser & Flaschen für deine Kund*innen zum Abfüllen: Etivera, Müller Glas, Verpackungsstadl
- Stoffbeutel, Papierbeutel: Etivera, Gradwohl, Naturtasche, Verpackungsstadl
- Naturkosmetik: Birkengold, Eliah Sahil, ERUi, Hautsinn, Wolkenlos Kosmetik, konsequent Naturkosmetik, seifenkult, Phystine
- Pflege- und Menstruationsprodukte: Meine Wollke, Erdbeerwoche
- Spendersystem und Zubehör: www.land-luft.at

Zero Waste Austria – Verein zur Schonung von Ressourcen
ZVR-Zahl: 1753418520
Woho Space
Boschstraße 54
1190 Wien

office@zerowasteaustria.at
www.zerowasteaustria.at

Copyright Coverbild: © Canva

Finanziert durch:

Abfallvermeidungs-Förderung
der österreichischen
Sammel- & Verwertungssysteme
für Verpackungen
rethinkrefusereduce
rethinkrefusereduce
rethinkrefusereduce