

Schnelles Wachstum dank Franchising

Haben Sie sich auch schon gefragt «wohin damit»? Mit Einlagerungsmöglichkeiten befasst sich das österreichische Start-up Storebox. Swiss Distribution wollte mehr wissen und hat bei Magdalena Mathoi, Chief Revenue Officer bei Storebox, nachgefragt.

Von **Melanie Käser***

MELANIE KÄSER Welche Idee steckt hinter Storebox?

MAGDALENA MATHOI Storebox war zu Beginn die grösste Lagerplatzbörse im deutschsprachigen Raum, jedoch gab es als Two-Side-Marketplace Herausforderungen, wie etwa doppelte Marketingkosten. Das heutige Produkt hat mit der damaligen Idee nicht mehr viel zu tun, denn heute sind wir die erste komplett digitalisierte Selfstorage-Lösung in Europa und haben uns auf Lager- und Logistiklösungen im urbanen Raum spezialisiert. Bedeutende Aspekte sind vor allem die zunehmende Urbanisierung sowie die Verkleinerung von Wohnraum. Aus diesen Gründen suchen Menschen Platz für die Einlagerung von Gegenständen. Das Angebot der zentral gelegenen Standorte wird sowohl von Privatpersonen als auch von Unternehmen genutzt. Die Standorte können rund um die Uhr betreten werden, verfügen über smarte Sensorik, sind versichert, und der Buchungsprozess läuft digital ab. Das Angebot umfasst neben individuellen Lagerlösungen – Logistiklösungen wie Micro-Hubs, Click & Collect oder Paketwände.

Auf der Homepage schreiben Sie, dass die schnelle Expansion Franchising zu verdanken sei. Was macht Franchising für Storebox so einzigartig?

Franchising ist ein wichtiger Wachstumsmotor, der die rasche Expansion sowie den dichten Ausbau des Filialnetzes über viele Städte hinweg ermöglicht. Wir bieten unseren Franchisenehmer:innen ein erprobtes Geschäftskonzept, intensive sowie langfristige Betreuung durch die Franchisezentrale. Dabei agiert das Unternehmen als Partner und bietet einen idealen Mix an Vorteilen für den Weg in die Selbstständigkeit. Gemeinsam gelingt es uns, die Expansion stark voranzutreiben, neue Märkte zu erschliessen und zentral gelegene Standorte zu eröffnen.

Ihre Franchisenehmer:innen können im Nebenerwerb eine Franchise betreiben. Wie geht das?

Dank innovativer Technologie. Der Digitalisierung ist es auch zu verdanken, dass man sogar ohne Personal auskommt. Dadurch ist es möglich, unabhängig tätig zu sein und ein erfolgreiches Unternehmen zu führen. Aufgrund des hohen Digitalisierungs- und Automatisierungsgrades wachsen Franchisenehmer:innen rasch in ihre Rolle und betreiben oftmals mehrere Standorte gleichzeitig.

Wenn man an Selfstorages in den USA vorbeifährt, stehen sie meist mitten in der Wüste. Storebox fügt sich dagegen sanft in Quartiere ein und stört so die Umwelt weniger. War das eine bewusste Strategie?



Franchisejahrestagung 2023.



Magdalena Mathoi ist Chief Revenue Officer bei Storebox. Von Beginn an war sie dabei und hat ab 2017 das Franchisesystem aufgebaut.

Der Aufstieg von Storebox

Storebox war zu Beginn eine Lagerplatzbörse, die als Two-Side-Marketplace aufgebaut war. Mittlerweile ist das Scale-up ein komplett digitalisiertes Lager- und Logistiknetzwerk und hat in weniger als 10 Jahren über 300 Standorte in 6 verschiedenen Ländern in Europa geschaffen.

Wir statten leerstehende Immobilien im urbanen Raum mit unserem Geschäftsmodell aus. Vor allem der E-Commerce-Boom hat starken Einfluss auf die Entwicklung von Städten sowie lokalen Nachbarschaften und bringt bisherige Logistiksysteme an ihre Kapazitätsgrenzen. Immer häufiger kommt es zu Leerständen und ineffizienter Nutzung der Geschäftsflächen von Unternehmen. Wir setzen hier an und ermöglichen Wege, Immobilien mit neuer Funktion anzureichern und multifunktionalen Nutzen zu schaffen.

Sie bieten auch Click & Collect an. Worin sehen Sie Chancen für das Geschäftsmodell und die Franchisenehmer:innen?

Der Bedarf an Selfstorage-Lagerflächen wird steigen, denn durch die zunehmende Urbanisierung wird besonders in Städten der Wohnraum knapper und teurer. Daher sehen Kund:innen uns als Erweiterung des Wohnraums. Unternehmen nutzen die dezentralen Lösungen, um Logistikprozesse auf der letzten Meile so innovativ und effizient wie möglich zu gestalten. So setzt Ikea unsere Click-&Collect-

Abholstation ein, um Kund:innen mehr Flexibilität bei Onlinebestellungen zu bieten. Weitere Geschäftspartner integrieren unsere Standorte als Micro-Hubs oder innerstädtische Ersatzteillager in ihren Logistikprozess.

Wie schaffen Sie es, länderübergreifend die Franchisenehmer:innen bei der Stange zu halten?

Das Team in der Franchisezentrale zeichnet sich durch seine hohe Expertise aus und steht bei allen Schritten im gesamten Prozess beratend zur Seite. Franchisepartner:innen erhalten dadurch von der Immobiliensuche, Standortplanung, technischen Integration, Controlling, Marketing bis hin zu Vertrieb laufende Betreuung. Darüber hinaus zählt die jährliche Franchisejahrestagung zu einem der wichtigsten Netzwerktreffen, um den gegenseitigen Austausch zu fördern, gemeinsam Erfolge zu feiern oder über Zukunftspläne zu beraten. Der offene und direkte Dialog zwi-

schen der Franchisezentrale und den Franchisenehmer:innen trägt dabei massgeblich zum Unternehmenserfolg bei.

Der Raum, vor allem in urbanen Gegenden, ist knapp. Wie schaffen Sie es, an geeignete Locations zu kommen? Immer häufiger kommt es zu Leerständen oder ineffizienter Nutzung von Geschäftsflächen. Wir setzen an diesen Herausforderungen an. Auch über unsere Franchisepartner:innen ist der

zügige Ausbau unseres Filialnetzes möglich, in manchen Fällen haben diese bereits eine geeignete Immobilie oder sind über potenzielle frei werdende Immobilien informiert.

**Das Interview wurde von Melanie Käser, Geschäftsführerin von Swiss Distribution, geführt. Sie beschäftigt sich in ihrer täglichen Arbeit als Rechtsanwältin mit rechtlichen und konzeptionellen Fragen rund um Vertriebssysteme mit selbstständigen Partnern.*

«Das Team zeichnet sich durch hohe Expertise aus und steht beim Prozess beratend zur Seite.»