

Getränke Hoffmann drängt auch ins Netz

Deutschlands größter Getränkeeinzelhändler ist für die Zukunft gerüstet. Aus Sicht von Geschäftsführer Mario Benedikt ist das neu eingeführte X-Trade-Warenwirtschaftssystem eine

„Grundvoraussetzung für unsere digitale Strategie“. Eine Bestell-App soll bis Ende des Jahres verfügbar sein. Jahrelang war die Getränkebelieferung out.

Abholmärkte waren in, und Hoffmann galt hier als Pionier. „Amazon beschleunigt das“, sagt er. Seit über zwei Jahren wächst sein Bestellservice „DurstExpress“ mit Büros, Kanzleien, Arztpraxen oder Privatleuten, die via Telefon oder E-Mail bestellen. Künftig soll das direkter per Smartphone möglich sein. „Ich muss mit meinem Laden zukünftig auch zum Kunden kommen“, sagt Benedikt. Sei es mit digitalen Mitteln oder mit kleinen City-Märkten. Fünfzehn solcher Läden hat Benedikt im Portfolio, zwischen 120 und 250 qm groß. Sie sind als Kommunikationsinseln fest im Kiez verwachsen.

Auch für die gibt es jetzt eine neue Zukunft, das Kleinflächenkonzept „Mein Hoffi“ – dem Namen nach an die größeren Flächen mit im Schnitt 600 qm angelehnt. Seit Februar gibt es den ersten Pilot in Kreuzberg. Die Sortimente wurden um Trendspirituosen, Craftbier und -Limonaden und eine größere Wein- und Food-Auswahl erweitert. Besondere Services sind ein Lastenfahrrad, um die Einkäufe nach Hause zu bringen oder eine Flaschenschnellkühlung. 2017 sollen weitere Klein-Läden umgebaut werden. Insgesamt bietet Getränke Hoffmann 6 800 Artikel in zuletzt 317 Märkten. *hkr/lz 35-16*



FOTO: HEIDRUN KRÖST

Stützpunkt Groß Kienitz: Vor den Toren Berlins unterhält der Händler sein Einweg-Lager.