

Storebox Expansion

Flächendeckende Einführung der innovativen Storebox Selfstorage-Lösung in Österreich und Deutschland

Programm / Ausschreibung	AT:net, Phase 4, AT-net (4) 4. Ausschreibung 2017	Status	abgeschlossen
Projektstart	15.12.2017	Projektende	14.08.2019
Zeitraum	2017 - 2019	Projektaufzeit	21 Monate
Keywords	Storebox, selfstorage, expansion, Österreich, Deutschland		

Projektbeschreibung

Ausgangssituation

Durch die steigende Urbanisierung und Verkleinerung des Wohnraums entsteht akuter Platzmangel, der in den nächsten Jahren aufgrund des starken Zuzugs verstärkt zunehmen wird. Storebox löst dieses Platzproblem und schafft zusätzlichen Mehrwert für alle Akteursgruppen (B2C, B2B, Stadt) durch eine verbesserte Versorgung aller Akteure mit logistischen Dienstleistungen.

Reifegrad des Prototyps

Zum Zeitpunkt der Antragstellung ist der Prototyp als Proof of Concept in Wien vorhanden. Storebox steht für moderne Selfstorage-Lagerabteile in zentralen innerstädtischen Lagen, welche unter Einsatz innovativer Technologien (smarte Sensorik, digitaler Buchungsprozess, in-house entwickeltes 24/7 Zutrittssystem) in barrierefreien und ebenerdig zugänglichen Erdgeschosszonen errichtet werden. Das digitale Produkt Storebox ist voll funktionsfähig und wurde bereits durch erste KundInnen erfolgreich erprobt. Aufgrund des fortgeschrittenen Reifegrades des Prototyps ist eine landesweite Markteinführung des Produkts auf dem österreichischen und deutschen Markt ab 2018 geplant.

Darstellung der Aktivitäten im Bereich der Markteinführung

Ausgehend von einem erprobten und funktionsfähigen Prototyp wird ein landesweiter kommerzieller Vollbetrieb in Österreich und Deutschland initiiert. Die Marktdurchdringung geschieht durch den Ausbau des eigenen Storebox-Filialnetzes in Wien und Berlin. Die flächendeckende Markteinführung in Österreich und Deutschland erfolgt in Form vom Aufbau eines umfassenden Storebox Franchise-Systems mit selbstständigen Franchise-PartnerInnen. Da die geplante Markterschließung nach dem Prinzip der Konzentration auf die Besiedlungsdichte erfolgt, ist die erarbeitete Storebox-Lösung gut skalierbar. Das Storebox-Marketing setzt sich aus einem verzahnten Mix von erprobten Online- sowie Offline Marketingaktivitäten zusammen. Eine zielmarktspezifische Marketingstrategie wird erstellt.

Darstellung der vorgesehenen Entwicklungstätigkeiten

Der digitale Buchungsprozess wird laufend weiterentwickelt, getestet und in Bezug auf die Benutzerfreundlichkeit, UX-Design und Barrierefreiheit optimiert. In geringem Ausmaß werden neue Features evaluiert und in realen Marktbedingungen

durch KundInnen getestet. Durch die frühe Einbindung von echten KundInnenerfahrungen bzw. deren Feedback kann das Produkt Storebox noch attraktiver und benutzerfreundlicher gestaltet werden.

Darstellung der angestrebten Ergebnisse

2018 sieht die Expansionsstrategie von Storebox eine Exportquote von ca. 29% vor (40 Storebox-Standorte in Österreich, davon 16 Franchise-Standorte sowie 16 Standorte in Deutschland, davon 6 Franchise-Standorte). 2019 sind insgesamt 128 Storebox-Standorte in Österreich und Deutschland geplant, davon 82 firmeneigene und 46 Franchise-Standorte.

Abstract

Starting point

Due to the ongoing urbanization there is an urgent lack of accessibility to living and storage space in urban areas, which will increase in the near future even more. Storebox solves the lack of space and creates added value for all stakeholder groups (B2C, B2B, city) by an improved supply of logistical services.

Maturity of the prototype

As of today, there is proof of concept of Storebox in Vienna. Storebox stands for modern on-demand selfstorage compartments on central urban sites, which are built in easy accessible ground floor areas implementing such innovative technologies as smart sensors, fully digitalized booking process, in-house developed 24/7 access system. The fully functioning Storebox selfstorage product has already been tested by first real customers.

Darstellung der Aktivitäten im Bereich der Markteinführung

Based on a proven and functional prototype, a nationwide full commercial operation is planned. The market penetration takes place through the expansion of the own Storebox sites in Vienna and Berlin. The nationwide market launch in Austria and Germany is done by implementing a comprehensive Storebox franchise system with independent franchise partners. The planned market development is based on the concentration on the population density of urban centers. Thus, the developed Storebox solution is well scalable and transferable to other cities. Storebox marketing is based on the combination of tried-and-tested online and offline marketing activities.

Presentation of the planned development activities

The digital booking process is continuously developed, tested and optimized in terms of usability, UX design and accessibility. To a lesser extent, new features are being evaluated and tested by customers in real market conditions. By integrating real customer experience and their feedback early on, the Storebox product can be made even more attractive and user-friendly.

Presentation of the planned deliverables

Storebox's expansion strategy plans an export quota of approximately 29% for 2018 (40 Storebox locations in Austria, 16 of which are franchise locations and 16 locations in Germany, including 6 franchise locations). For 2019 a total of 128 Storebox locations in Austria and Germany are planned, 82 of which are company's own and 46 are franchise locations.

Projektpartner

- Storebox Holding GmbH