

Lebensmittel aus dem Netz

Amazon Fresh mischt die Karten im deutschen Lebensmittelhandel neu. Um im Ringen um die Kunden mitzuhalten, müssen Händler wissen, warum diese Lebensmittel im Internet kaufen und welche Rolle dabei der Preis und die Marke spielen.

NOCH IST DIE BEDEUTUNG des Internets für den Kauf von Lebensmitteln mit einem Marktanteil von 0,3 Prozent recht klein. Bis 2020 wird er allerdings laut einer Umfrage der Managementberatung EY auf voraussichtlich auf zehn Prozent steigen. Der Anteil der Personen, die Lebensmittel kanalübergreifend stationär und online kaufen, wird dann auf 20 Prozent geschätzt. Gerade mit dem Markteintritt von Amazon Fresh ist es deshalb nicht nur für Anbieter von Non-Food oder haltbaren Lebensmitteln interessant, die Kundenbrille aufzusetzen und die Grundsätze des Einkaufsverhaltens aus Shopper-Perspektive zu verstehen, um Strategien für die eigene Verkaufs- und Kanalpolitik in Zukunft abzuleiten.

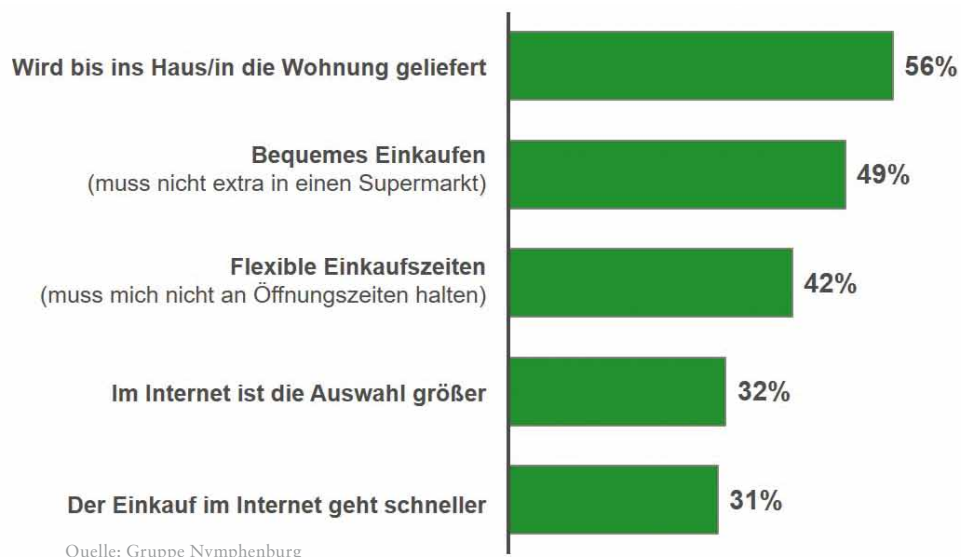
Eine Studie der Gruppe Nymphenburg zum Thema Online-Einkaufsverhalten für verschiedene Lebens-

mittel und alkoholfreie Getränke gibt nun einige Einblicke in die Seele der Verbraucher.

Bequemlichkeit und Neugier verlocken zum Kauf

Die wichtigsten Auslöser für den ersten Online-Kauf sind demnach der Wunsch, diese Art des Einkaufens einfach einmal auszutesten. Auch die Lieferung nach Hause ist ein Grund für die Bestellung im Web. Beim Online-Kauf von alkoholfreien Getränken wird dabei beispielsweise sehr geschätzt, dass der Kunde das Gewicht der Ware nicht selbst tragen muss. Auch die komplikationslose Rückgabe des Leerguts ist ein positiver Aspekt, den die Konsumenten hervorheben. Viele Erstkäufer werden zudem von attraktiven Angeboten der Online-Händler zum Erstkauf gelockt. Kommunikation, die neugierig macht und den Vorteil der

TOP-5-GRÜNDE FÜR DEN KAUF VON LEBENSMITTELN IM INTERNET



Für den Einkauf von Lebensmitteln und alkoholfreien Getränken im Internet gibt es aus Shopper-Sicht grundsätzlich viele gute Gründe

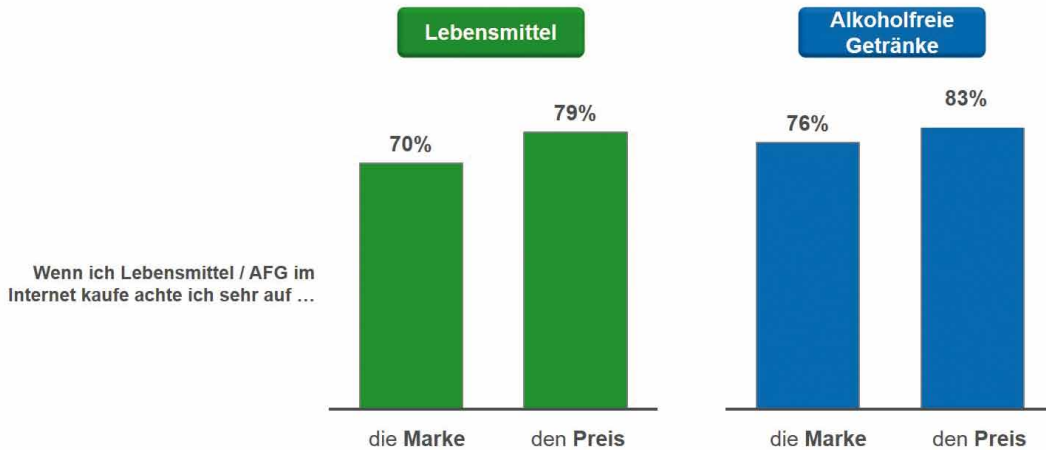
E-FOOD: PREIS IST RELEVANTER ALS DIE MARKE

HANDEL

RECHT

SERVICE

Quelle: Gruppe Nymphenburg



Beim Kauf von Lebensmitteln und alkoholfreien Getränken im Netz ist für die Konsumenten der Preis wichtiger als die Marke

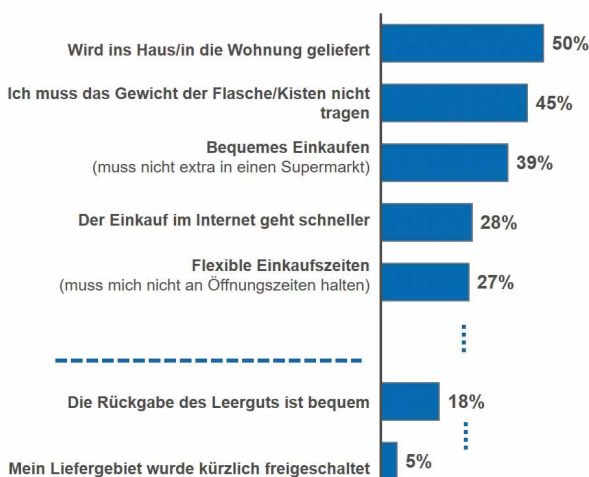
Lieferung nach Hause hervorhebt, sowie ein attraktives Angebot für den Erstkauf bewegen die Shopper zum Klick. Ein weiterer Grund für den Kauf von Lebensmitteln über das Internet ist die große Auswahl im Web. Die Marke spielt dabei zwar eine Rolle, allerdings ist der Preis vor allem bei alkoholfreien Getränken das ausschlaggebende Kriterium für die Kaufentscheidung. Weitere Ergebnisse der Studie zeigen, die Shopper im Internet häufig auf Vorrat kaufen. Dieses Wissen kann für die Produkt- und Sortimentspolitik der Anbieter genutzt werden. So könnten beispielsweise Mehrfach-Packs eine Option für viele Kategorien darstellen. Gerade in Zeiten, in denen der Preis von Handel und Endkunden stark beachtet wird, sind differenzierende Produktangebote in verschiedenen Kanälen eine Lösungsmöglichkeit.

Amazon ist Top-Adresse

Nicht überraschend ist, dass Lebensmittel und alkoholfreie Getränke vor allem über Amazon gekauft werden. Der Abstand zu den anderen Anbietern ist groß. Rewe belegt den zweiten Platz. Grundsätzlich lässt sich dabei festhalten, dass Generalisten im Ranking der Shopper besser abschneiden als Spezialisten. Gourmondo oder Wir-liefern-Getränke finden sich zum Beispiel erst im Mittelfeld beim Ranking der beliebtesten Lieferanten. Auch wenn der Markt noch klein sein mag, so wird das Interesse am Einkauf von Lebensmitteln und Getränken über das Internet weiter steigen. Vor allem jüngere Shopper unter 35 Jahre, die oft eine eigene Familie haben, nutzen diese Möglichkeit bereits. Dabei zeigt sich, dass 73 Prozent der heutigen E-Food-Shopper bei Amazon Fresh kaufen würden. Es besteht ein großes Interesse an diesem neuen Angebot, das bislang nur in einigen Großstädten im Test läuft, aber zunehmend ausgeweitet wird. Händler müssen deshalb aktiv werden, um die Käufer in ihren Einkaufsstätten zu halten und den Umsatz nicht ganz an den US-Giganten Amazon zu verlieren.

Ute Nusko

TOP-5-GRÜNDE FÜR DEN KAUF VON ALKOHLFREIEN GETRÄNKEN IM INTERNET



Quelle: Gruppe Nymphenburg

Die Lieferung direkt nach Hause wird von den Kunden geschätzt



Ute Nusko ist seit 2009 Beraterin und Research Director bei der Gruppe Nymphenburg. Dabei beschäftigt sie sich v.a. mit den Themen Customer Journey, Multi-Channel und Kaufverhalten der Zukunft. Zuvor war die Diplom-Kauffrau in leitenden Positionen im Category Management und Trade Marketing bei verschiedenen Markenartiklern tätig.