Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

04.06. 2020

Der Covid-19-Lockdown kann dem Online-Lebensmittelhandel zum Durchbruch verhelfen

Von PPS

- Gewinner der Covid-19-Krise: Bekleidung und Schuhe, Gesundheitsprodukte sowie Lebensmittel wurden häufiger übers Netz gekauft
- Chancen für den Online-Handel: In fast allen Kategorien, darunter auch Food, wollen Konsumenten bis Juni mehr online bestellen
- „Same Day Delivery“-Option beeinflusst Kaufentscheidung: Geringe Sofort-Liefergebühren bei Lebensmitteln könnten Online-Handel weiteren signifikanten Schub verleihen und Filialbesuche reduzieren

(Zürich)(PPS) Die Covid-19-Krise verleiht dem Online-Lebensmittelhandel Rückenwind: So gehören Nahrungsmittel mit 19% neben Arzneimitteln (25%) sowie Bekleidung und Schuhen (25%) zu den Produkten, die im Februar und März 2020 online am meisten häufiger gekauft wurden. Zudem planen Verbraucher bis Juni mehr Onlinebestellungen in allen Kategorien – bei Lebensmitteln will etwa jeder vierte häufiger zur Maus greifen. Diese aktuellen Zahlen der repräsentativen „Home Delivery Survey 2020“ von AlixPartners spiegeln das jüngste Online-Kaufverhalten in Deutschland wider, lassen sich aber durchaus auch auf die Eidgenossenschaft übertragen: „Auch in der Schweiz sehen wir eine stark steigende Online-Nachfrage, insbesondere auch nach Food-Produkten. Die Lebensmittel-Lieferdienste stehen jetzt vor der operativen Herausforderung, trotz der steigenden Nachfrage die strengen Hygieneauflagen konsequent zu implementieren und gleichzeitig die Logistik-Infrastruktur zu skalieren. Nur so können die Anbieter ihren Neukunden ein überzeugendes Einkaufserlebnis bieten und sie dadurch langfristig binden“, so

Cornelia Brühwiler, Director bei AlixPartners. Für Lebensmittellieferdienste ist die Krise somit eine echte Chance, da sich in der aktuellen Sondersituation immer mehr Kunden offen dafür zeigen, das Angebot zu testen. Somit ist ein nachhaltiger Durchbruch des Online-Shoppings von Lebensmitteln nach der Covid-19-Krise durchaus möglich.

Laut Analyse der Berater können Lebensmittel- und andere Online-Händler die Sondersituation des Lockdowns nutzen, um Erstkäufer von ihrem Angebot und den Lieferkonditionen zu überzeugen. Entscheidend dafür ist vor allem der Service: 90% der Befragten prüfen Versand- und Lieferbedingungen, bevor sie zur Online-Kasse gehen. Dabei sind die Ansprüche der Konsumenten erneut gestiegen: 49% der befragten Internetnutzer geben in puncto Kaufentscheidung der Lieferung am selben Tag eine hohe Priorität (vs. 37% in 2019).

„Auch beim E-Commerce profitieren primär solche Player vom aktuellen Online-Boom, die bereits vor der Krise über eine stabile Liefer- und Servicestruktur verfügten. Steigende Nachfrage verzeichnen vor allem einzelne Produktkategorien, die für Verbraucher im Lockdown und darüber hinaus relevant sind. Dazu zählt neben Lebensmitteln und bequemer Kleidung auch die Ausstattung für das Home-Office“, so Brühwiler. „Die zusätzlichen Online-Umsätze können jedoch bei Multichannel-Händlern die Verluste im Filialgeschäft meist nicht kompensieren. Zwar profitieren Online-Händler von höheren Umsätzen, haben aber durch die Covid-19-Krise auch stark steigende Kosten, wie beispielsweise kurzfristige Anpassungen der Sicherheits- und Hygienemassnahmen.“

Lebensmittel gehören zwar nach wie vor zu den Produktkategorien, die Verbraucher eher weniger auf ihre Online-Einkaufsliste schreiben. Dabei nimmt aber die Skepsis wenn auch langsam, so doch sicher ab. Mehr als ein Viertel (26%) haben schon einmal Lebensmittel bei einem Internetanbieter bestellt. Die Zahl der Skeptiker ist gegenüber dem Vorjahr um vier Prozentpunkte gesunken. Laut AlixPartners könnte die Covid-19-Krise dazu führen, dass die deutschsprachigen Länder schneller zu den US-Ergebnissen aufschliessen – in den USA haben in den vergangenen zwölf Monaten bereits 46% der Bevölkerung Lebensmittel online geordert.

Service- und Lieferbedingungen müssen jedoch verbessert werden, denn auf Verständnis bei längeren Lieferzeiten dürfen Anbieter nicht hoffen. Im Gegenteil: Die Anforderungen an die Frische der Produkte und extrem kurze Lieferzeiten steigen

aktuell sogar eher noch. Das Hauptkriterium, an dem Anbieter im Online-Handel gemessen werden, sind Lieferoptionen und -zeiten. Für frische Produkte wünschen sich 42% der Konsumenten ähnlich wie im Vorjahr ein Zustellfenster von maximal einer Stunde. Darüber hinaus könnte „Same Day Delivery“ beim Lebensmittel-Online-Shopping zu einem weiteren Schub führen, sofern die Gebühren bei maximal fünf Euro / rund fünf Franken liegen: 31% der Befragten würden dann das Online-Shopping klar dem Filialbesuch vorziehen. Auch die Erwartungshaltung bei kostenlosem Versand ist für die Online-Einkäufe in allen Produktkategorien gestiegen: Konsumenten sind im Schnitt nur noch bereit, 2,4 Tage auf ihre Lieferung zu warten. 2019 waren es noch 3 Tage.

Ein weiteres Ergebnis der Befragung: Der von vielen Multichannel-Händlern mit grossen Erwartungen gestartete ‚Click & Collect‘-Service kommt bisher nicht richtig vom Fleck. So wurden im vergangenen Jahr nur 4% der Online-Bestellungen in der Filiale abgeholt. Damit liegt die tatsächliche Quote deutlich unter den Erwartungen aus 2019: 35% der Befragten hatten damals angegeben, In-Store-Pick-Up 2020 nutzen zu wollen. „Hier kann eine Umstrukturierung und Automatisierung der Abläufe sowie ein klar vom Verkaufsraum getrennter ‚Click & Collect‘-Abholbereich zur weiteren Akzeptanz verhelfen. So könnten die in der Schweiz noch nicht oft genutzten Pick-up-Boxen mit digitalem Abholcode auf dem Kundenparkplatz eine Unabhängigkeit von den strikten Ladenöffnungszeiten schaffen“, sagt Brühwiler.

Neben den Lieferbedingungen hält offenbar vor allem die Skepsis gegenüber Frischwaren die Verbraucher zurück, Lebensmittel regelmässig online zu bestellen. So bestehen die grössten Bedenken bezüglich der Qualität und Frische der gelieferten Produkte. Die gute Nachricht jedoch: Dieser Wert ist gegenüber der Umfrage in 2019 stark zurückgegangen (46% in 2020 vs. 56% in 2019). Erst danach folgt als Kritikpunkt das zu kleine Sortiment (26%). „Es ist kein Zufall, dass sich die Marktkapitalisierung der Foodboxen-Versender in den vergangenen zwölf Monaten vervielfacht hat. Nach langer Skepsis der Verbraucher gegenüber dem Online-Lebensmittelhandel hat der Lockdown offensichtlich zu einem vorsichtigen Umdenken geführt. Auf dieses veränderte Verbraucherverhalten muss sich der Lebensmitteleinzelhandel nun mit entsprechenden Angeboten und einer skalierbaren Infrastruktur einstellen, um den Kundenerwartungen gerecht zu werden“, so das Fazit von Brühwiler.

Über die Organisation:

Über die Studie
Das „AlixPartners Home Delivery Shopping Survey 2020“ basiert auf der Online-Befragung eines deutschlandweiten Samples von 1.004 Kunden über alle Regionen, demografischen Faktoren und Einkommenslevel hinweg. Dabei wurden die Einkaufsgewohnheiten, Erfahrungen und Wünsche beim Online-Shopping abgefragt. Diese wurden mit Entwicklungen in den USA und Italien abgeglichen, um so weitere Einsichten in Konsumentengewohnheiten zu gewinnen und aufkommende Trends im Bereich des Home Delivery Shopping frühzeitig zu erkennen.

Über AlixPartners
Die global agierende Beratung AlixPartners steht für die ergebnisorientierte Unterstützung namhafter Mandanten bei zeitkritischen und komplexen Transformations- und Ertragssteigerungsprogrammen. Tiefgreifende Branchenexpertise und funktionale Kompetenz sowie die Kenntnis der Hebel erfolgreicher Restrukturierung ermöglichen es AlixPartners, den Wandel von Gross- und mittelständischen Unternehmen zielgerichtet zu begleiten.

Mit über 2.000Mitarbeitern ist AlixPartners weltweit in 24 Büros vertreten, darunter seit dem Jahr 2014 auch mit einem eigenen Büro in der Schweiz. AlixPartners-Berater arbeiten an herausfordernden Projekten, die die Zukunft von Unternehmen massgeblich beeinflussen, oft in kritischen Situationen, bei denen viel auf dem Spiel steht – When it really matters.

Pressekontakt:

IWK GmbH
Ohmstr. 1
D-80802 München

Florian Bergmann
T +49 (0)89 2000 30-30
F +49 (0)89 2000 30-40
AlixPartnersCh @ iwk-cp.com

Kategorie
Handel & Finanzen & Wirtschaft

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/der-covid-19-lockdown-kann-dem-online-lebensmittelhandel-zum-durchbruch-verhelfen*