

Lebensmittel online bestellen

Tante-Emma-Laden wandert ins Netz ab

Carolin Stihler, 07.06.2014 14:00 Uhr



Eberhardt Weber packt in seinem Lieferladen auf dem Stuttgarter Großmarkt die Ware für Stuttgarter Kunden Foto: Peter Petsch

Die zu Fuß erreichbare Nahversorgung lässt in zwölf Stuttgarter Stadtteilen zu wünschen übrig. Eine Lösung könnten Internet-Lieferdienste für Lebensmittel sein. Was für viele deutsche Kunden noch wie Zukunftsmusik klingt, ist in Stuttgart schon angekommen.

Stuttgart - Am frühen Nachmittag werden in dem Kühlraum von Eberhardt Webers Lieferladen auf dem Stuttgarter Großmarkt die Kisten und Tüten für die Kunden gepackt. Während in der einen Tüte Fleisch vom Stuttgarter Metzger und Äpfel aus der Region landen, wünscht ein anderer Kunde neben frischem Brot auch Toilettenpapier und Seife. Weber ist mit seinem 3000 Produkte umfassenden Vollsortiment auf fast alles eingestellt.

Die Besonderheit seines Supermarkts ist, dass ihn kein Kunde besuchen kann. Auf der Internetseite www.lieferladen.de können die Kunden bis 24 Uhr bestellen und schon am nächsten Tag oder zu einem anderen Wunschtermin die Ware erhalten. Nach vier Jahren läuft der Lieferladen so gut, dass Weber sein Konzept als Franchise-System in Ulm erweitert. Allerdings brauchte er

einen langen Atem: „Es hat zweieinhalb Jahre gedauert, bis wir schwarze Zahlen geschrieben haben.“

Angesichts der von Experten geschätzten 120 000 Stuttgarter, die von einer zu Fuß erreichbaren Nahversorgung abgeschnitten sind, scheint ein Lieferservice von Lebensmitteln per Mausclick eine ideale Lösung – besonders für Menschen, die nicht mehr mobil unterwegs sind. Ein weiterer Vorteil: Mit einer Lieferung des Lieferladens spart man 20 Privatfahrten und leistet damit einen kleinen Beitrag zum Umweltschutz. „Vor zehn Jahren hat niemand damit gerechnet, dass Textil über das Internet verkauft werden könnte“, sagt Sabine Hagmann, Geschäftsführerin des Handelsverbands Baden-Württemberg. Der Handel habe sich darauf einzustellen, dass sich die Einstellung der Kunden auch bei Lebensmitteln in irrer Geschwindigkeit ändern werde.

Doch noch tut man sich in Deutschland schwer damit, neben Büchern, Elektronik oder Kleidung nun auch Lebensmittel über das Internet zu bestellen. Im Jahr 2013 lag der Gesamtumsatz des Lebensmittelmarkts bei rund 175 Milliarden Euro. Der Anteil der Online-Umsätze daran lag bei verschwindend geringen 0,3 Prozent. Im Vergleich dazu ist Großbritannien viel weiter: Hier beläuft sich der Online-Marktanteil auf fünf Prozent. „In Deutschland gehen die Konsumenten nach dem günstigsten Preis“, erklärt Weber. Mit Discounter-Preisen kann er nicht mithalten und setzt stattdessen auf Qualität, Regionalität und Service. „Unsere Fahrer tragen die Tüten auch in den vierten Stock und nehmen das Altglas wieder mit.“

Laut einer Umfrage der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Ernst & Young unter 1000 deutschen Konsumenten scheuen 77 Prozent die Kosten, die durch die Lieferung entstehen. 81 Prozent der Befragten kaufen jedoch nicht im Internet ein, weil das Angebot noch überschaubar ist. Das liegt auch daran, dass Lebensmittel Herausforderungen an den Online-Handel stellen: Frische Milchprodukte und knackige Salate verderben leicht, Bananen bekommen durch den Transport braune Flecken. Ein Vorteil gegenüber anderen Online-Einkäufen ist für den Anbieter, dass die Rücksendequote gegen null geht.

In der Region Stuttgart ist Eberhardt Weber der einzige Anbieter eines Vollsortiments mit mehr als 50 Prozent regionaler Produkte. Die Supermarktketten Rewe und Edeka beliefern ebenfalls Stuttgarter Kunden. „Der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz ist äußerst gering, die beiden Webshops tragen sich aber selbst“, sagt Nina Schneider, Sprecherin von Edeka Südwest. Die Erfahrung habe gezeigt, dass der Online-Handel mit Lebensmitteln bislang ein Nischengeschäft ist. Edeka Südwest setzt laut Schneider daher „auch in Zukunft hauptsächlich auf den Offline-Handel“.

Von den Anbietern, die es bisher für Stuttgarter Kunden gab, musste mit Foodies einer der größeren Lieferdienste Insolvenz anmelden. Andere rücken nach. Den deutschlandweiten Lieferdienst Allyouneed.com der Deutschen Post DHL mit über 20 000 Produkten im Sortiment gibt es seit zwei Jahren. Auf der Internetseite kann man mit Hilfe von angelegten Listen den Einkauf zeitsparend gestalten.

„Viele unserer Kunden konnten wir mit Bio- und Fair-Trade-Produkten gewinnen“, sagt Unternehmenssprecher Max Thinius. Der Kundenstamm setze sich aus Familien, die sich den Samstagseinkauf sparen, und Singles oder Paaren ohne Kinder zusammen, die bevorzugt unter der Woche bestellen. Der Großteil der Kunden ist sowohl bei Allyouneed.com als auch beim Lieferladen zwischen 50 und 70 Jahre alt. „Die Rentner können heutzutage mit dem Internet bestens umgehen“, sagt Weber.