



Lebensmittel-Sortimente

Lebensmittel-Lieferdienste Lukratives Geschäft?

29.10.2014 | Bettina Röttig

Der E-Commerce ist das neue Steckenpferd des Lebensmittelhandels. Der logistische Aufwand muss sich jedoch bezahlt machen. Profitieren könnte der stationäre Händler von neuen Online-Supermarkt-Konzepten.

Es ist die neue Wettkampfdisziplin im Einzelhandel: die Lieferung von frischen Lebensmitteln an die Wohnungstür des Kunden. Seit Jahren tüfteln stationärer Handel und Online-Start-ups auch hierzulande an Konzepten – mit Vorsicht. Denn bisher findet das bequeme Einkaufen vom heimischen Sofa aus keine breite Akzeptanz. Der Marktanteil des E-Commerce am deutschen Lebensmittelhandel beträgt weniger als 1 Prozent und mehr als ein Anbieter hat sich aus dem Geschäft bereits wieder zurückgezogen.

Dennoch wagen sich immer wieder neue Unternehmen auf den Markt, angespornt durch eine erfolgreiche Entwicklung im Ausland. Den Zug verpassen möchte keiner. Die Kosten sowie die Herausforderung der taggleichen Lieferung gilt es jedoch zu beherrschen.

Insbesondere für selbstständige Händler bedeutet der Service neben dem Kerngeschäft eine enorme Zusatzleistung. Die sich lohnen kann – zumindest in Großstädten wie Köln, wie **Rewe Richrath** bewiesen hat, einer der ersten Rewe-Händler mit eigenem Online-Shop und Lieferdienst. „Die größte logistische Herausforderung für einen Lebensmittel-Lieferdienst ist der

Verkehr in einer Großstadt wie Köln“, erklärt Geschäftsführer Lutz Richrath. Für den Erfolg des Services gelte es daher, einige Dinge zu beachten: „Sie müssen auf eine **wertschöpfende Preisschiene** setzen und Artikel anbieten, die große Bequemlichkeit darstellen, vor allem jedoch sind die Frische der Ware sowie Pünktlichkeit und Vollständigkeit der Lieferung Voraussetzung für die Akzeptanz“, so die Erfahrung des selbstständigen Kaufmanns. Seit 2009 hat er mit seinem Bruder Peter Richrath den eigenen Lieferdienst mit Online-Shop (7.500 Artikel inkl. Frische) für den Raum Köln-Bonn aufgebaut, mit Eröffnung des neuen (13.) Marktes in der Kölner Innenstadt im Oktober 2014 jedoch an Rewe-Online übergeben. Bis dahin hatten Richraths stetige Umsatzsteigerungen generieren können. 350 Bestellungen pro Woche mit einem Durchschnittswert von 125 Euro wurden im Markt in Köln-Klettenberg kommissioniert, ausgeliefert wurde zwischen 9 und 20 Uhr zu wählbaren Zeitfenstern frühestens am Tag nach der Bestellung (ab einer bestimmten Anzahl an Bestellungen für ein Lieferfenster, wurde dies geschlossen). Zehn Mitarbeiter (Kommissionierer und Fahrer) und sechs Kühlfahrzeuge waren für den Service im Einsatz. „Wir haben nach Vollrechnung mit dem Lieferdienst gutes Geld verdient“, betont Richrath. Über die im Vergleich zu den stationären Märkten höheren Artikelpreise sei nie diskutiert worden, die Liefergebühr (bis 55 Euro Bestellwert: 10 Euro) war akzeptiert. Dass die Kaufleute nach Etablierung des neuen Marktes wieder in das E-Food-Segment einsteigen, schließt Lutz Richrath daher nicht aus, jedoch nicht mit einem Vollsortiment sondern mit Spezialitäten, Fleisch etc.