



Gehört dem Mittelweg die Zukunft?

Der gesamte stationäre Einzelhandel ist durch E-Commerce bedroht. Nein! Nicht der ganze, der Bereich Nahversorgung wehrt sich tapfer gegen die Invasion von Amazon & Co. – so war es jedenfalls in der Prä-Corona-Zeit. In Zukunft könnte allerdings eine Mischform an Bedeutung gewinnen.

Das 21. Jahrhundert ist das Jahrhundert der Digitalisierung, was auch deutliche Folgen für die Vertriebswege im Einzelhandel hat: So wurden laut Online Monitor des HDE Handelsverband Deutschland im Jahr 2000 lediglich 0,3 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes online erwirtschaftet, bis zum Jahr 2019 ist dieser Anteil auf fast 11 % gestiegen. Diese Umsatzzanteile sind jedoch sehr unterschiedlich verteilt: Lediglich 1 % des Umsatzes im Lebensmitteleinzelhandel werden online abgewickelt – obwohl dort in den letzten Jahren deutlich höhere Wachstumsraten zu verzeichnen waren als im Non Food-Bereich. Wie in vielen anderen Lebensbereichen könnte auch hier das Corona-Jahr 2020 für eine weitere Beschleunigung sorgen. „Der Wunsch nach kontaktlosem Einkauf in der Pandemie hat im ersten Halbjahr 2020 auch zu einem Anstieg der Online-Lebensmitteleinkäufe geführt“, berichtet Manuel Jahn, Head of Business Development von Habona Invest. Gerade während des Frühjahr-Lockdowns war dies deutlich zu spüren. So war laut einem Bericht des Nachrichtenportals Golem Ende März aufgrund

der hohen Nachfrage für die kommenden vier Wochen kein Liefertermin bei Amazon Fresh zu erhalten. Dass sich der Lebensmitteleinkauf jedoch künftig immer mehr in die Online-Welt verlagert, ist aber eher unwahrscheinlich. So sind nennt Manuel Jahn Zahlen des Instituts für Management- und Wirtschaftsforschung, wonach 91 % der Verbraucher auch weiterhin dem Supermarkt treu geblieben seien. „Dennoch wird die Onlinebestellung auch von den großen Anbietern wie EDEKA und REWE als wichtiger Kundenservice betrachtet, den man gerne weiter betreiben und ausbauen möchte“, so der Immobilienexperte weiter.

Alle würden profitieren

Ein wesentliches Problem, mit dem sich der Lebensmittelhandel im Online-Bereich gegenüber steht, ist der Aspekt der Lieferung. So muss sichergestellt werden, dass die Produkte während der gesamten Lieferzeit frisch gehalten werden. Zudem ist es für die Händler, anders als im Non Food-Bereich, nicht möglich, ein großes Lager zu unterhalten. Stattdessen sind mehrere kleine Lager nötig. All das sorgt für hohe Kosten, die in Verbindung mit den im Lebensmittelbereich ohnehin niedrigen Margen dafür sorgen, dass der Online-Lebensmittelhandel nur wenig profitabel arbeiten kann. Um diesem Problem zu begegnen, setzen viele Lebensmittelhändler inzwischen auf die Kombination von Online- und



Manuel Jahn
Head of Business Development
Habona Invest GmbH

stationärem Handel: Click & Collect, also dass der Kunde die Ware online bestellt und im Markt abholt. „Da vor allem die Auslieferung der Lebensmittel für die tiefen Zahlen im Onlinehandel verantwortlich ist, wird versucht, den Kunden zum Abholen zu bewegen. Deshalb werden immer mehr Supermärkte mit Abholstationen für Onlinebestellungen ausgestattet. Allein REWE hat nach eigenen Angaben den Ausbau noch beschleunigt und für 2020 über 700 Stationen angekündigt“, so Manuel Jahn, der darin eine Win-Win-Situation sieht: „Die Vorteile liegen für alle auf der Hand: Die Unternehmen sparen Kapital für Fahrer und Fahrzeuge, der Supermarkt vor Ort gewinnt Onlineumsätze hinzu, die Kunden müssen nicht zuhause auf verspätete Lieferungen warten.“ Profitieren dürfte schlussendlich auch die Assetklasse Nahversorgungsimmobilien, die dank der Möglichkeit von Click & Collect weiterhin gefragt sein wird – schließlich werden damit die Vorteile des stationären und Einzelhandels mit denen des Online-Handels kombiniert. (ahu)