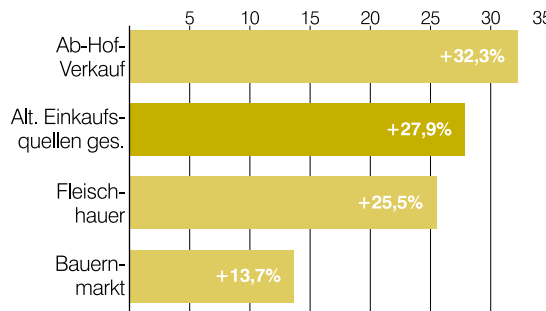




Alternative Vertriebsquellen

Regionalität ist Trumpf in der Coronakrise

Fleischhauer und Ab-Hof-Verkäufe legen stark zu



1.Hj 2019/1.Hj 2020; Quelle: RollAMA/AMA-Marketing; GfK Austria; KeyQuest Marktforschung

billa.at im Aufwind

Auch seitens Rewe herrscht Zuversicht in Bezug auf billa.at. „Während Corona haben viele Kunden den Billa Online-Shop genutzt und schätzen gelernt“, sagt Pressesprecher Paul Pötschacher. Viele dazugewonnene Kunden seien weiterhin von den Vorteilen überzeugt, und der E-Commerce-Anstieg konnte somit nachhaltig gehalten werden.

Auch die Steigerung war hoch, aber wie schon bei Mitbewerber Spar hat sich deswegen die Strategie nicht grundsätzlich verändert, „aber sie wurde sicherlich beschleunigt“. Mit klarer Auswirkung auf das stationäre Geschäft, denn: „Vor allem die Expansion von Click&Collect haben wir aufgrund des positiven Kundenfeedbacks vorgezogen und werden bis Ende 2020 in über 400 Filialen das Click&Collect-Service anbieten.“

Weniger Preisaktionen

Den deutlichen Schubs in Richtung Digital Retail (bezogen auf Frischeprodukte) bestätigen auch die RollAMA-Daten für das erste Halbjahr 2020. Bemerkenswert sind einige Rahmenbedin-

gungen dazu. So ging etwa der Aktionsanteil während des Lockdowns zurück, gleichzeitig erreichte der Bio-Anteil im Handel im Juni mehr als zehn Prozent.

Während Michael Blass, Geschäftsführer der Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH, hier aus Konsumentensicht eine neu bzw. erneut entdeckte Affinität zur Wertigkeit von Le-

”

Wir bemerken einen deutlichen Anstieg der Bestellungen, vor allem in Wien. Die Bevölkerung wird wieder nervöser angesichts der steigenden positiven Fälle.

Nicole Berkmann

Spar-Unternehmenssprecherin

“

nur von einem starken Anstieg in der ersten Lockdown-Phase, sondern von einem aktuell prolongierten Trend.

Starker Anstieg in Wien

„Die Bestellungen sind zwar wieder etwas zurückgegangen, aber immer noch auf einem Niveau von plus 50 bis plus 60 Prozent über dem Vorjahr. Seit vergangener Woche (Anm.: gemeint ist seit 14. September) bemerken wir einen deutlichen Anstieg der Bestellungen, vor allem in Wien. Die Bevölkerung wird offensichtlich wieder nervöser angesichts der steigenden positiven Fälle.“

Die signifikanten Zuwächse bedingen nun zwar keine Änderung in der Spar-Online-Strategie, „aber natürlich wurde die gesamte Organisation mit Ressourcen ausgestattet, um den Anstieg der Bestellungen bewältigen zu können“, erläutert Berkmann.

Qual der Wahl

Immer mehr Konsumenten entscheiden sich fürs Online-shopping – auch im Lebensmittelhandel verstärkt sich der Trend deutlich.

Auffällig

Sichtbarkeit ist alles im E-Commerce, denn die sichtbarsten Händler sind laut Online-Consulting otago auf der Gewinnerseite.

bensmitteln verortet, tendieren Konsumentenschützer eher zur Interpretation, dass die Gunst der Stunde den Weg für Preiserhöhungen bereitet. Besonders lukrativ laut AMA waren im E-Commerce die Monate März mit einem Plus von 22,9% im LEH im Erlös auf die von der RollAMA erhobenen Produkte; im April waren es +26,8%, im Mai +19,3. Im Juni gingen die Zuwächse auf 12% gegenüber dem Vorjahr zurück.

Top-Retailer nach Branche

