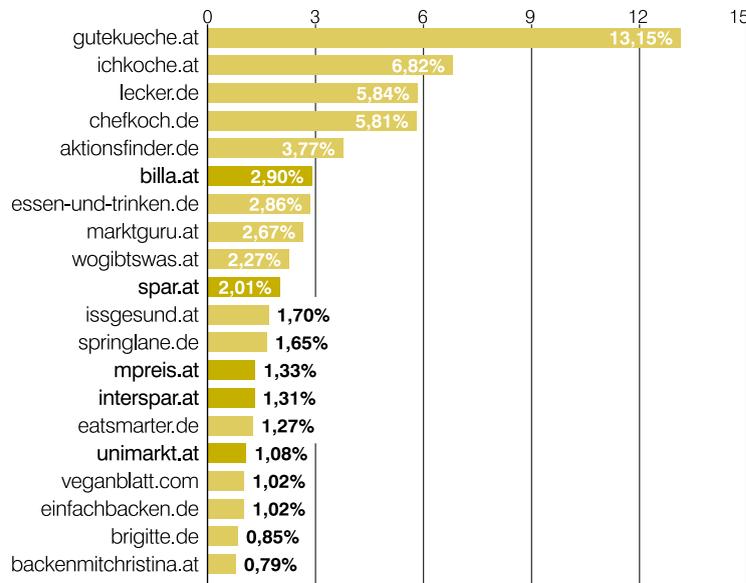


Top-20 Lebensmittel

Billa und Spar unter den besten 10

Sichtbarkeit der Onlinehändler laut Onlineconsulter otago



Quelle: Branchenradar.com 2020 (GJ 2019)

Preisbewusst online shoppen

Auch bei den preisbewusstesten Konsumenten ist Corona ein Treiber in Sachen Onlineshopping – mit Aussicht auf Konstanz: 60% der vom Online-Preisvergleichsportal idealo.at befragten Konsumenten gaben an, Corona-bedingt häufiger online zu shoppen. Und sie gaben ebenfalls an, dies beibehalten zu wollen – ein Trend, der sich wohl bei einer zweiten Welle weiter manifestieren wird.

Was für Lebensmittel gilt, gilt ebenso für einen großen Teil der Non Food-Warenbereiche. Maß-

”

Was jetzt in der Branche passiert, ist der größte Transformationsprozess im Handel überhaupt. Es fängt erst an: Es ist the Beginning of the Beginning of the Beginning.

Harald Gutsch

Unito-Geschäftsführer

geblicher Player ist in Österreich die Unito-Gruppe. Deren Chef Harald Gutsch findet klare Worte: „Man kann auf jeden Fall von einem Beflügelungseffekt der boomenden E-Commerce-Branche auf die Unito-Erlöse sprechen – im ersten Halbjahr wachsen wir ordentlich im zweistelligen Bereich.“

Nachhaltige Zuwächse

Es sei zu einer unglaublichen Beschleunigung beim Wachstum gekommen: „Natürlich muss man alles um die sieben Wochen des Lockdown bereinigen. Aber was sonst vielleicht innerhalb von fünf Jahren passiert wäre,

hatten wir durch diese Beflügelung jetzt bereits in lediglich sechs Monaten.“

Die positive Entwicklung im E-Commerce hält Gutsch in jedem Fall für nachhaltig. Er verweist auf die eingangs erwähnte Studie der KMU Forschung Austria, die für die gesamte Branche ein Online-Umsatzwachstum von 30% aufweist.

Weiter starke Zuwächse

Gutsch merkt an: „Im Non-Food-Bereich wird momentan jeder fünfte Euro online ausgegeben, bis in fünf Jahren wird es jeder dritte Euro sein.“ Auch im Food-Bereich seien die Zuwächse markant. Zwar klingen

“

zwei Prozent Handelsvolumen auf den ersten Blick vielleicht nicht viel, „wenn man aber bedenkt, dass es bislang bei einem Prozent lag, ist es dennoch eine Verdoppelung“, rechnet der Unito-Chef vor. Er konstatiert eine Änderung des Kaufverhaltens, die vom Kunden ausgeht: „Der Kunde treibt diese Änderung voran!“

Gerade erst am Anfang

Was jetzt in der Branche passiert, hält Gutsch für den größten Transformationsprozess im Handel überhaupt: „Und es fängt erst an: Es ist quasi the Beginning of the Beginning of the Beginning. Es wird noch dramatische Umwälzungen geben“, so der Unito-Chef.

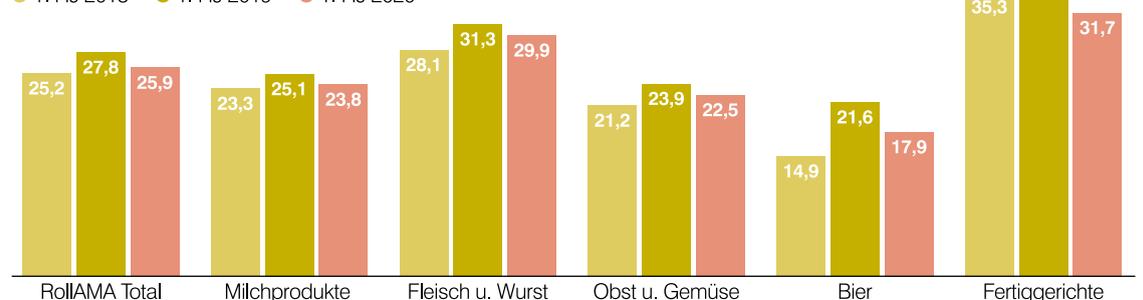
Den stationären Handel will Gutsch nicht als obsolet erklären. Er verweist auf neue Entwicklungen: „Ich will jetzt nicht sagen, dass der Stationärhandel komplett verschwinden wird. Geht man von den aktuellen Berechnungen aus, werden ja trotzdem noch zwei von drei Euro stationär ausgegeben“, umreißt er die Ist-Situation. Und folgert: „Es braucht dort aber definitiv andere Geschäftsmodelle. Überleben wird nur, wer stationär und digital verbindet. Denn: Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.“

Wertigkeit von Lebensmitteln nimmt zu

Aktionsanteile liegen unter dem Vorjahr

Rückgänge in allen Warengruppen, signifikant bei Fertiggerichten

● 1. HJ 2018 ● 1. HJ 2019 ● 1. HJ 2020



Quelle: RollAMA/AMA-Marketing; Feldarbeit: GfK Austria; Auswertung: KeyQuest Marktforschung