



© Billa/Patrick Sommeregger-Baurecht



© Unimarkt

Neue Wege Regionalität kann zurzeit auch eckig daherkommen – nämlich in den regionalen personalbefreiten Verkaufsboxen von Billa und Unimarkt.

weise gedämpft – zumindest in Bezug auf die entsprechende Umsetzungsfreudigkeit. Spar wird vorerst an der Strategie festhalten, mit dem Interspar Onlineshop in den Ballungsräumen zu punkten und den Boom nicht überzubewerten. Vorstandssprecher Fritz Poppmeier: „Ich glaube nicht, dass Onlinehandel gerade bei den Lebensmitteln bedeutet, dass jetzt alles in Richtung online geht. Online sehen wir mehr als gute Ergänzung.“

Demgegenüber steht Unito-Chef Harald Gutschis Feststellung, dass sich Unito (Otto, Universal, Quelle) „in den nächsten drei bis fünf Jahren nicht mit der Zustellung von Lebensmitteln beschäftigen wird“ – was allerdings umgekehrt den Schluss zulässt, dass alle Möglichkeiten offenstehen. Übrigens ebenso für Amazon oder hoffnungsfrohe Neustarter wie gurkerl.at.

Click & Collect zieht an

Österreichs zweiter Lebensmittelierte Billa steht dem Thema Onlinehandel indes hemdsärmelig und mit einer gehörigen Portion Zuversicht versehen gegenüber: „Der Billa Online Shop verzeichnet seit dem ersten Lockdown im Frühjahr 2020 eine stark steigende Nachfrage von rund 80 Prozent und die Nachfrage hält weiterhin an“, verweist Pressesprecher Paul Pöttschacher auf das vielversprechende Rückgrat adäquater Adjustierungen, als da wären: „Um der Nachfrage gerecht zu werden, wurden die Kapazitäten in kür-

zester Zeit deutlich erhöht und die Lieferzeitfenster entscheidend erweitert. Österreichweit gibt es aktuell über 600 Click & Collect-Filialen und diese werden weiterhin ausgeweitet. Auch maßgeschneiderte Angebote und zusätzliche Dienstleistungen wie Paketservice oder Shop-in-Shop-Konzepte werden in Zukunft eine wichtige Rolle in unseren Märkten spielen.“

Regionalität in allen Varianten

Der zweite Trend, auf den sich derzeit alle Händler einigen können, ist jener hin zu mehr Regionalität. Das liegt nicht zuletzt daran, dass sich das Thema schön verkaufen lässt – so schön, dass es mittlerweile auch die Diskonter neben der Preisfrage hochstilisieren.

Zum Beispiel Lidl: „Im stationären Handel liegt der Trend

nicht erst seit Corona auf Frische, Regionalität und vor allem Bio-Qualität aus Österreich“, ist Lidl Österreich-Chef Alessandro Wolf überzeugt.

Zum Beispiel Hofer: „Die Tatsache, dass gerade zu Beginn der Krise unsere heimischen Partner und regionalen Lieferanten ein Garant für den bestehenden Warenfluss waren, haben auch unsere Kundinnen und Kunden wahrgenommen. Dadurch wurde der schon immer entscheidende und konstante Kundenwunsch nach Regionalität noch mehr verstärkt“, erläutert Hofer-Chef Horst Leitner, „ganz gleich, ob bei Fleisch, Obst und Gemüse oder Backwaren. Hier kommt uns zugute, dass regionale Wertschöpfung und ein großes regionales Produzentennetzwerk seit jeher wesentliche Eckpfeiler von Hofer sind.“

”

Mit der Billa Regional Box möchten wir Menschen, die in kleinen Gemeinden ohne Nahversorger leben, eine schnelle Einkaufsmöglichkeit in Gehweite bieten.

Kurt Aschbacher
Vertriebsdirektor
Billa

“

Newcomer unter der Regionalitätsflagge sind die bereits im März gestartete Unibox von Unimarkt und die aktuell gelaunchte Billa Regional Box. Das Thema Regionalität beinhaltet bei beiden einen sehr direkten Anspruch derart, dass sie in der Region stehen – ohne Personal, mit entsprechend digital gehandhabtem Zugang und Zahlungsabwicklung.

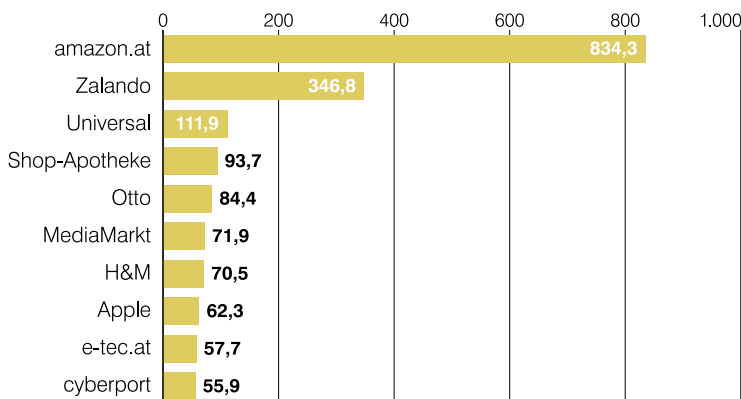
Billa am Acker

Die Billa Regional Box präsentiert auf rd. 11 m² Fläche 200 Artikel, v.a. Produkte von lokalen Lieferanten und Dinge des täglichen Bedarfs. Der Mini-Nahversorger entstand in Zusammenarbeit mit myAcker – einem Kärntner Unternehmen, das mit der AckerBox einen Selbstbedienungs-Shop für regionale Lebensmittel entwickelt hat.

Online-Shops in Österreich

Top 10

In Österreich erwirtschaftete Umsätze 2019 in Mio. Euro



Quelle: Handelsverband