



Und er wächst doch. Lebensmittel Online im Aufwärtstrend.

Sehr geehrter Erfolgsverhandler,

„lediglich knapp jeder fünfte Deutsche kauft Lebensmittel mindestens einmal im Monat online“ schreibt die LZ am 13. März, natürlich auch in ihrer Online-Ausgabe.

Laut einer A.T.Kearny-Umfrage ist der Anteil des Lebensmittelhandels am Gesamtmarkt auf 1,5 Prozent geklettert. Die etablierten Lebensmittelhändler haben sich „online kaum dynamisch“ entwickelt. „Lediglich“ jeder fünfte Deutsche kauft Lebensmittel mindestens einmal im Monat online ein.

Soweit die Fakten. Allerdings hat sich Anteil am Gesamtmarkt von 1,2 auf 1,5 Prozent erhöht, ein Zuwachs von 25% in nur zwei Jahren. Das entspricht genau dem Verlauf aller Wachstumskurven die nur annähernd mit Digitalisierung, Skalierung und Disruption zu tun haben. Anfangs ganz wenig, dann etwas stärker und plötzlich extrem.

Beispiel: Apple Watch. Gibt es seit 24. April 2015, also bald 4 Jahre. Wofür genau man eine Apple Watch braucht, weiß anscheinend niemand so genau und dennoch hat Apple laut einer Marktforschung im Jahr 2017 rund 18 Millionen seiner Uhren verkauft haben und im Schlußquartal 2017 sogar mehr Uhren als die gesamte Schweizer Uhrenindustrie zusammen. (Quelle Wikipedia)

Die etablierten Lebensmittelhändler haben sich „online kaum dynamisch“ entwickelt. Kann sein, doch dafür erweitern die auf das Online-Geschäft spezialisierte Unternehmen systematisch ihre Kreise. Getnow, 2015 gestartet, ist jetzt schon in fünf deutschen Städten aktiv: Berlin, München, Düsseldorf, Frankfurt und jetzt Essen. Da Geld verdienen anscheinend noch nicht im Vordergrund steht, gibt es für Kunden in den neuen Gebieten zum Marktstart einen saftigen Rabatt. In Essen satte 20 Prozent. Gebracht wird der Einkauf von einem guten Bekannten, für die Auslieferung ist DHL zuständig.

„Lediglich“ hört sich nach so wenig an. Lediglich jeder fünfte Deutsche kauft Lebensmittel online. Damit die Statistik aufgeht, dürfte die Quote in den fünf oben genannten Städten bedeutend höher sein, denn wir beide leben so auf dem Land, dass es – derzeit noch – gar keinen Anbieter gibt.

Unsere Prognose: Der Anteil der Deutschen, die auch Lebensmittel im Internet kaufen, wird sich dramatisch erhöhen.

Voraussetzung ist natürlich, dass die Möglichkeit dazu besteht, auch in kleineren Städten und auch auf dem Land. Es geht also um den weiteren und raschen Ausbau der Liefergebiete.

Die spezialisierten Händler wie Getnow und Amazon werden das auf jeden Fall machen. Getnow hat die Expansion nicht nur bereits angekündigt, für die Start-Ups gehört „Skalierung“ doch zum Geschäftsmodell.

Alles was sich als Plattform betreiben lässt, wird Plattform werden.

Letztens auf einer Konferenz zu New Work hat der Blogger und Digitalisierungs-Vorreiter Sascha Lobo vor dem „Plattform-Kapitalismus“ gewarnt und die These aufgestellt, dass „alles was sich als Plattform betreiben lässt, zur Plattform wird“. Warum sollte der Plattform-Kapitalismus gerade in Deutschland vor den Lebensmitteln oder – etwas weiter gefasst – den FMCG Halt machen?

Global wächst der Online-FMCG- Umsatz viermal schneller als der Offline-Umsatz, Stand 2018 (Quelle: Nielsen Future Opportunities). Bis 2020 wird ein globaler FMCG-Umsatz online von 400 Milliarden Dollar erwartet.

Mancher FMCG-Hersteller durfte schon feststellen, dass er zwar nicht an Amazon liefert, seine Produkte jedoch auf Amazon zu finden sind. Es geht also nicht darum, ob Amazon beliefert wird, sondern ob das in eigener Regie und auf nachvollziehbaren Wegen gemacht wird.

Für uns ist klar: Wichtig ist und bleibt der direkte Draht zum Kunden, zum Shopper und zum Verbraucher. Die Markenbindung wird weiter zurückgehen, Produkte werden austauschbarer und deshalb auch ausgetauscht.

Wenn das Steak erst mal auf dem Grill liegt ist nur noch wichtig, dass Ketchup zur Hand ist. Aufgabe des Vertriebs ist es, dafür zu sorgen, dass es die richtige Marke ist.

Wie Sie auch in Zukunft und bei sich schneller verändernden Märkten dafür sorgen können, dass es Ihre Marke ist, erfahren Sie in einem Telefonat mit uns.

Oder Sie kommen einfach in eine unserer nächsten Veranstaltungen.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen erfolgreiche Verhandlungen.

Viele Grüße und bis bald
Ihre
Kurt-Georg & Klaus Scheible

Unsere nächsten Termine in 2019:

05. April 2019 - **Power-Workshop** – Stuttgart
07. - 08. Mai 2019 - **Im Kopf des Einkäufers®1** – Stuttgart

Alle Termine 2019...

DRUCKEN SIE

Sie können diesen Erfolgsletter auch grafisch aufbereitet ausdrucken und ganz in Ruhe lesen.

KOPIEREN SIE

Nutzen Sie Artikel für eigene Publikationen. Einzige Bedingung: Hinweis und Link auf www.erfolgscampus.de

EMPFEHLEN SIE

Empfehlen Sie diesen Erfolgsletter, indem Sie ihn einfach weiterleiten. Vielen Dank.

STÖBERN SIE

Stöbern Sie in unserem [Erfogsletter-Archiv](#).

Erfolgscampus GmbH • Königstraße 10c • 70173 Stuttgart

Tel: +49 (0)711 22254478 • Fax: +49 (0)700 33441111 • info@erfolgscampus.de • www.erfolgscampus.de
Sitz in Göppingen • AG Ulm HRB 533954 • Geschäftsführer: Kurt-Georg Scheible, Klaus Scheible



Twitter

Facebook