

Bio-Lebensmittel per Mausklick

# Online-Handel mit Lebensmitteln wächst – auch Bio im Internet verfügbar

**Deutsche Kunden kaufen Lebensmittel überwiegend im Laden vor Ort, aber der Internet-Handel mit Lebensmitteln wächst zweistellig. Der allgemeinen Entwicklung im Lebensmittelbereich folgend, wächst auch die Zahl der Bio-Lebensmittel-Angebote im Internet – nicht nur im Bereich der klassischen Bio-Kiste sondern auch im konventionellen Einzelhandel, im Naturkostfachhandel und bei spezialisierten Online-Anbietern. Vier Prozent aller deutschen Kunden geben an, sich auch online mit Bio-Lebensmitteln zu versorgen.**

Der Umsatz-Anteil des Online-Verkaufs von Lebensmitteln liegt mit 1,2 % auf einem recht niedrigen Niveau, hat aber eine hohe Entwicklungsdynamik. 2015 wuchs der Onlinehandel mit Lebensmitteln um 19 %, für die ersten drei Quartale 2016 wurden satte 35,6 % Wachstum gemessen. In einer Prognose der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) bis 2025 wird dem Segment „Lebensmittel und Drogerie“, welches aktuell einem Umsatzanteil von 8 % des Online-Handels-Umsatz aufweist, das größte Entwicklungspotenzial zugestanden. Die GfK erwartet eine Verdopplung des Umsatzanteils auf 16 %.

Die Wege zum Einkauf sind aufgrund eines dichten Ladennetzes in Deutschland gerade in den Städten kurz, weshalb Motive für den Online-Kauf wie weite Entfernungen oder mangelnde Verfügbarkeit im Lebensmittelbereich weniger ziehen – auch bei Öko-Produkten, deren Angebotsbreite durch den Fachhandel und im LEH ständig wächst (vgl. Kapitel 12). Daher ist es nicht verwunderlich, dass in einigen Ländern, in denen die Versorgung mit (Bio-)Lebensmitteln im stationären Handel flächendeckend weniger dicht ist als in Deutschland, der Anteil des Online-Geschäfts mit Lebensmitteln höher liegt: In Frankreich wurden 2015 bereits 4,3 % aller Lebensmittel online gekauft, in Großbritannien lag der Anteil bei 6 %, in Süd Korea sogar bei 13 % des Lebensmittelumsatzes.

Etwa zwei Drittel des Bio-Umsatzes in Deutschland werden mit „Frische“ generiert. Dass beim Online-Kauf die Qualität, Frische oder Reife der Lebensmittel nicht selbst erlebt werden kann,

könnte insbesondere auch für Bio-Käufer ein Grund sein, sich weiter stationär zu versorgen. Der Online-Anteil am Bio-Umsatz mit Frische-Produkten lag 2015 bei 70 Mio. €, was bei etwa 60 % Umsatzanteil bzw. rund 5 Mrd. € mit Bio-Frischeprodukten insgesamt ca. 1,3 % entspricht. Bei Frische-Produkten werden online häufig „exotische“ Produkte wie zum Beispiel Shitake-Pilze, verschiedene tropische Früchte oder auch Geflügelfleisch bestellt, welche im stationären Handel nicht immer und überall erhältlich sind. Im Bio-Trockensortiment und auch bei Bio-Wein dürfte der Anteil des Online-Handels deutlich höher liegen.

Die Kunden sind durch das Online-Shopping in anderen Warengruppen gewohnt, beim Internet-Kauf niedrigere Preise und kostenlose Lieferung zu bekommen, was bei Lebensmitteln oftmals nicht realisierbar ist. Für viele Händler lohnt sich der Zusatzaufwand des Online-Geschäfts aufgrund niedriger Gewinnspannen und aus anderen Gründen oft nicht. Trotzdem sind sowohl der LEH und der Discount mit Online-Shops inklusive Bio-Angeboten im Netz vertreten als auch der Naturkostfachhandel. Laut Marktexperten wird es bei den stationären Händlern darauf ankommen, ob sie den Online-Bereich logistisch attraktiv gestalten können – in Bezug auf Angebotsauswahl, Preise, Lieferzeit sowie der Qualität der Waren und des Onlineshops. Welche Rolle spezialisierte Online-Händler im Lebensmittel-Bereich dauerhaft spielen können, bleibt abzuwarten. Seit Herbst 2016 testet der Online-Riese Amazon einen Lebensmittel-Expresslieferservice im Raum München.

## Umsatz und Umsatzanteile mit (Bio-)Lebensmitteln über Online-Kauf

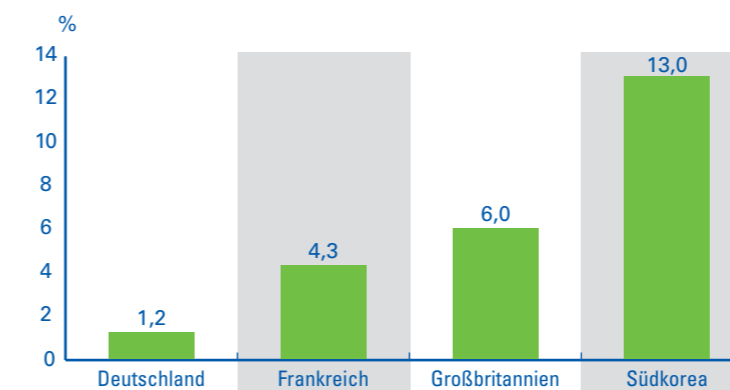
Quellen: AMI Analyse auf Basis des GfK-Haushaltspanels (2016), bevh (2016)

Jahr	Online-Umsatz mit Lebensmitteln in Deutschland	Online-Umsatz mit Bio-Frische	Online-Anteil mit Frischeprodukten am Bio-Frischeumsatz *	Online-Anteil mit Bio-Frischeprodukten am gesamten Bio-Markt
2014	618 Mio. €	72 Mio. €	1,54 %	0,93 %
2015	736 Mio. €	70 Mio. €	1,35 %	0,81 %

\*geschätzt

## Anteil Online-Umsatz am Gesamt-Umsatz mit Lebensmitteln im Ländervergleich 2015

Quelle: biohandel-online.de (2016) auf Basis GfK-Haushaltspanel



## Anteile der Sortimente am gesamten Online-Handelsvolumen in Deutschland, Prognosehorizont 2025

Quelle: GfK (2015)

