

# Online bestellen wird in der Schweiz immer beliebter

**TOP-PLAYER ONLINE-HANDEL** Nach England gilt die Schweiz als führendes Land für den Online-Einkauf von Lebensmitteln. Im vergangenen Jahr wurden für knapp 170 Mio. Frischwaren geordert. Coop und Migros teilen sich auch online den Schweizer Markt auf. Der Start einer neuen Serie rund um top Online-Plattformen.

VON THOMAS LANG \*

■ Weiblich, zwischen 30 und 50 Jahre alt, Familienfrau und berufstätig. So kann gemäss coop@home die typische Online-Einkäuferin von Lebensmitteln umschrieben werden. Die weibliche Kundschaft macht denn auch einen Anteil von 56% aus; 38% sind männlich und knapp 6% sind Firmen, welche die Lebensmitteleinkäufe online tätigen.

Die Online-Ableger der beiden Grossverteiler kennen ihre Kundschaft sehr genau. Sie machen knapp 90% ihres Umsatzes mit der Stammklientel. Diese kauft bei LeShop (Migros) alle zwei bis drei Wochen ein, bei Coop etwa einmal pro Monat. Die Grösse der Einkäufe ist sehr ähnlich – der durchschnittliche Warenkorb beträgt bei beiden Anbietern knapp CHF 230.–. So werden jährlich Lebensmittel im Gesamtwert von nahezu CHF 170 Mio. bei Migros und Coop online eingekauft.

## Grosse Gemeinsamkeiten – klare Marktaufteilung

Die Migros-Tochter LeShop beansprucht einen Marktanteil von gut zwei Dritteln und verzeichnete im vergangenen Jahr einen Umsatz von CHF 112 Mio., was einer Steigerung von 22% gegenüber dem Vorjahr entspricht. Coop erzielte mit coop@home



satzen erzielt. V.a. das umfangreiche Weinsortiment ist ein wichtiger Umsatzfaktor. Auch bei der Migros-Tochter LeShop stehen Alkoholika im virtuellen Regal, obwohl Gottlieb Duttweiler wohl wenig Freude daran haben dürfte. Wie hoch der Anteil an den alkoholhaltigen Getränken bei LeShop ist, wird nicht publiziert.

Viele haben es vor einigen Jahren noch für unmöglich gehalten, dass Lebensmittel über den Online-Ladentisch gehen. Doch bei LeShop sind 92% der verkauften Waren Frischprodukte. Unter den rund 2000 täglichen Bestellungen belegen Bananen einen absoluten Spitzenplatz, gefolgt von Gemüse und verschiedenen Milchprodukten.

## Die beiden Schweizer Online Lebensmittelhändler im Vergleich

|                                 | Migros LeShop | Coop@Home                                    |
|---------------------------------|---------------|--|
| Jahresumsatz 2008               | CHF 112 Mio.  | CHF 55 Mio.                                  |
| Durchschn. Warenkorb            | CHF 223.–     | CHF 230.–                                    |
| Anzahl Einkäufe (Tag)           | Ca. 2000      | Ca. 900                                      |
| Einkaufskadenz                  | 14–21 Tage    | Ca. 30 Tage                                  |
| Besucher pro Monat              | ca. 250 000   | Ca. 20 000                                   |
| Kundenstamm                     | Ca. 46 000    | [keine Angaben]                              |
| Sortiment                       | 12 000*       | 12 000                                       |
| Logistik                        | Express-Post  | Eigener Liefersdienst und Post               |
| Liefergebiet; Abdeckung Schweiz | 90%           | 60% mit eigenem Liefersdienst, Rest mit Post |

\* Supermarkt und Spezialabteilungen

Quellen: LeShop und Coop

2008 einen Umsatz von CHF 55 Mio. Beide Player führen derzeit ein Sortiment von gut 12 000 Produkten online.

Einen nicht unwesentlichen Anteil am Umsatz machen alkoholische Getränke aus. Bei Coop werden damit rund 30% des Um-

## Unterscheidungsmerkmal Logistik

LeShop überbrückt die letzte Meile beim Versand der Lebensmittel mit der Express-Post. Coop betreibt einen eigenen Liefersdienst mit einer Flotte von rund 65 Lieferwagen. Damit können 60% aller Schweizer Haushalte vornehmlich in den grossen Agglomerationen erreicht werden. Die Lieferung kann vom Kunden bestimmt werden und erfolgt nach Angaben von Coop auf die halbe Stunde genau.

Anzeige

turning Visions  
into Business

suiss  
**emex** '09  
DER MARKETING EVENT

25. – 27. AUGUST 2009

Präsentiert werden die Neugkeiten und Branchen-Trends von über 400 Ausstellern aus dem In- und Ausland. Ein hochkarätiges Vortrags- und Eventprogramm auf 5 Bühnen rundet das Messeerlebnis ab. Marketing live am Puls der Branche.

SuisseEMEX'09  
Schweizer Fachmesse  
für Marketing,  
Kommunikation,  
Event und Promotion

25. – 27. AUGUST 2009  
Messezentrum Zürich

[www.suisse-emex.ch](http://www.suisse-emex.ch)

EMEX Management GmbH  
Info@suisse-emex.ch



Coop macht mehr als 30% des Online-Umsatzes mit alkoholischen Getränken.



Die Max-Havelaar-Banane ist das meistverkaufte Produkt bei der Migros-Tochter LeShop.

Durch die eigene Logistik werden Bestellungen, die bis 14.30 Uhr eingehen, beispielsweise in Zürich noch gleichentags geliefert. Wo der eigene Lieferservice nicht eingesetzt werden kann, beansprucht auch Coop die Dienste der Schweizer Post.

### Die deutschen Billigdiscounter sind im Anmarsch

Derzeit sieht sich der Schweizer Detailhandel grossen Veränderungen ausgesetzt. Mit Aldi und Lidl sind zwei deutsche Hard-discounter in der Schweiz aktiv und betreiben bereits zahlreiche Standorte. Und im Online-Handel?

Mit Ausnahme von Aldi liefern sich in Deutschland Lidl, Plus, Schlecker und auch der Penny-Markt eine Schlacht um die billigsten Angebote im Lebensmittelbereich. Gemäss deut-

lichen Detailhandelsexperten haben die Online-Aktivitäten der Discounter seit Herbst 2008 stark zugenommen. Keiner der Marktteilnehmer will diesen Trend verpassen.

Interessant scheint in diesem Zusammenhang auch die Aussage der Zeitschrift «Welt» über den Grund, warum Aldi noch nicht in den Online-Vertrieb eingestiegen ist: Man ringe intern noch mit einem verlässlichen Konzept, da die bis anhin herrschende Gebietsaufteilung zwischen den Gebrüdern Albrecht in Aldi Nord und Aldi Süd mit dem Online-Shop nicht mehr funktionieren würde.

### Die Schweiz ist international top

Nach England gilt die Schweiz als zweitentwickeltester Online-Lebensmittelmarkt der Welt. Pro

Kopf wurden hierzulande im vergangenen Jahr EUR 15,- für Lebensmittel online ausgegeben – in England waren dies gar EUR 54,-. Danach nehmen die Ausgaben aber rapide ab. Die Niederlande verzeichneten noch eine Pro-Kopf-Ausgabe von EUR 7,-, Spanien und Frankreich je EUR 5,- und die USA EUR 2,-

In England bestreiten Tesco, Ocada, Sainsbury's und ASDA 2,2% des Online-Detailhandels. V.a. das Konzept der grössten britischen Handelskette Tesco birgt noch einiges an Potenzial für die beiden Schweizer Player. Tesco macht alleine mit Lebensmittel einen Umsatz von mehr als einer Milliarde Euro und hält in England einen Marktanteil von über 25%.

Der britische Handelsriese versteht es wie kaum ein zweiter, das Online-Business mit dem Retailgeschäft zu verbinden und Synergien zu schaffen. So können beispielsweise online bestellte Waren im Tesco-Geschäft nach Wahl abgeholt werden, z.B. auf dem Weg nach Hause. Andererseits stehen in den Verkaufsläden spezielle Internet-Terminals, die zum Online-Einkauf einladen.

### Medikamente – das nächste grosse Online-Geschäft?

Plus.de, einer der deutschen Online-Discounter, vertreibt seit wenigen Monaten auch Medikamente online. Das Ergebnis der Versuchsphase hat nach Angaben des Unternehmens sämtliche Erwartungen übertroffen. Auch Quelle.de startete kürzlich mit einer eigenen Versandhandelsapotheke und ist in diesen lukrativen Markt eingestiegen. Gut möglich, dass die beiden Schweizer Grossverteiler demnächst ebenfalls Medikamente im Sortiment führen könnten. Denn die Schweiz hat mit der Versandhandelsapotheke «Zur Rose» einen Pionier im Geschäft mit dem Online-Versand von Medikamenten. «Zur Rose» arbeitet nicht nur seit längerem mit den grossen Schweizer Krankenversicherern zusammen, sondern auch mit dem deutschen Discounter Plus.de. ■



\* Thomas Lang ist Geschäftsführer und Unternehmensberater für E-Business und E-Commerce bei der Carpathia Consulting GmbH in Zürich. [www.carpathia.ch](http://www.carpathia.ch)

## NEWS

### search.ch jetzt mit Routenplaner

Der Schweizer Such- und Informationsdienst [search.ch] ist um einen Dienst reicher! Neu ist neben der Schweizer Karte [map.search.ch](http://map.search.ch) unter <http://route.search.ch> ein Routenplaner für die Schweiz verfügbar. Wie von search.ch gewohnt, ist auch dieser Dienst für jedermann im Internet frei zugänglich und kostenlos nutzbar. Im benutzerfreundlichen Layout von search.ch können nun schweizweit Wegbeschreibungen für die Reise mit dem Auto abgefragt werden.

Zwei Wege führen den Internetnutzer direkt zum Routenplaner: Über [map.search.ch](http://map.search.ch) kann der Dienst mit nur einem Klick auf den neuen Link «Route» (rechts vom Eingabefeld) aufgerufen werden. Alternativ kann man die Adresse <http://route.search.ch> im Browser eintippen. Im Unterschied zu [map.search.ch](http://map.search.ch) erscheinen auf dem Routenplaner zwei Suchfelder, betitelt mit «Von» und «Nach».

Mit der Eingabe von «Aa» nach «Bee» in die beiden Felder und einem Klick auf «Route berechnen» wird sofort die gewünschte Route als blaue Linie auf der Schweizer Karte ersichtlich (diese Beispielroute führt übrigens vom Fluss Aa im Kanton Zürich zur Strasse Bee ins Verzasca-Tal im Tessin).



Fahrzeit und Distanz der Strecke werden sogleich eingeblendet. Start- und Endpunkt der Route können übrigens auch mit einem lang gehaltenen Rechtsklick direkt auf der Karte gesetzt werden. Sobald die Route berechnet ist, erscheint auch der Link zur «Wegbeschreibung» links neben der Karte. Die Wegbeschreibung beinhaltet die wichtigsten Kartenausschnitte und einfache Erklärungen zum Routenverlauf. Einmalig bei dieser Anwendung ist in der Wegbeschreibung die Aufteilung der Strecke in Start-, Übergangs- und Zielbereich. Bereits bekannte Abschnitte kann man per Mausclick ausblenden.