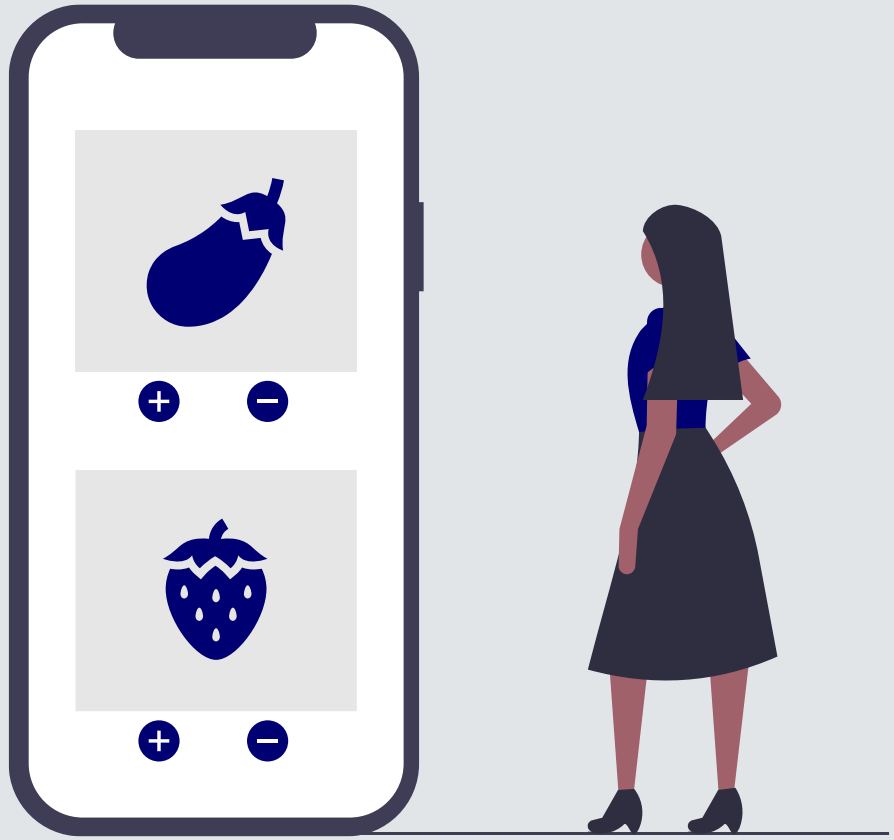
DEUTSCHER OBST & GEMÜSE KONGRESS

IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

WO BITTE GEHT'S ZUM VERBRAUCHER?

WIE DIE PANDEMIE UNSER KONSUMVERHALTEN VERÄNDERT



Deutscher Obst & Gemüse Kongress 2021

Max-Henrik Fabian, IFH KÖLN

IFH KÖLN - WER WIR SIND

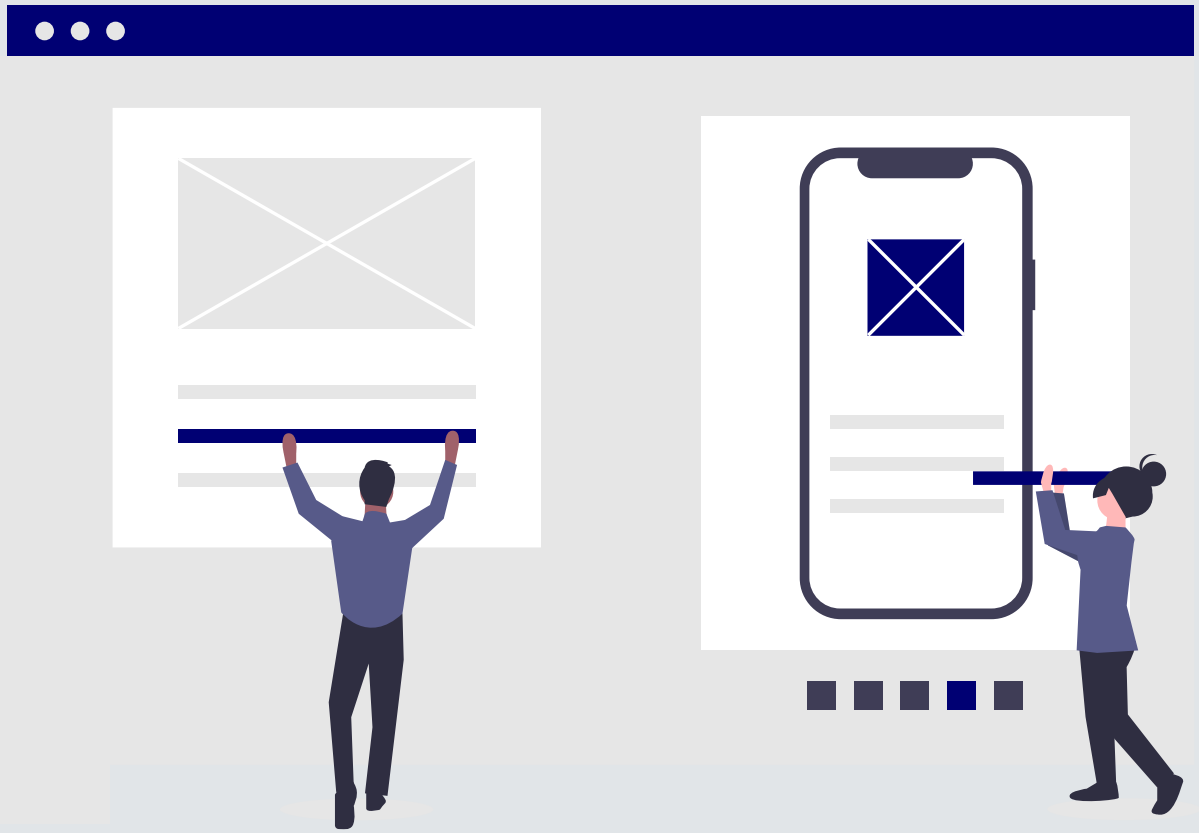
IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

Das Institut für Handelsforschung IFH KÖLN ist ein Marktforschungs- und Beratungsunternehmen im Handel.

Mit fundierter Methodik werden Markttrends, Kund:innenverhalten und Wettbewerbsentwicklung analysiert. Darauf aufbauend erfolgen Entwicklung, Umsetzung und Kontrolle von Vertriebs-, Handels- und Standortstrategien mit dem Ziel, Unternehmen im Handelsumfeld erfolgreicher zu machen.

Wissenstransfer in und für die Branche wird über die eigenen Netzwerke, veröffentlichte Studien, Vorträge und branchenweit anerkannte Events erwirkt.

#verstehen #planen #machen #teilen



WO BITTE GEHT'S ZUM VERBRAUCHER?

IFH KÖLN

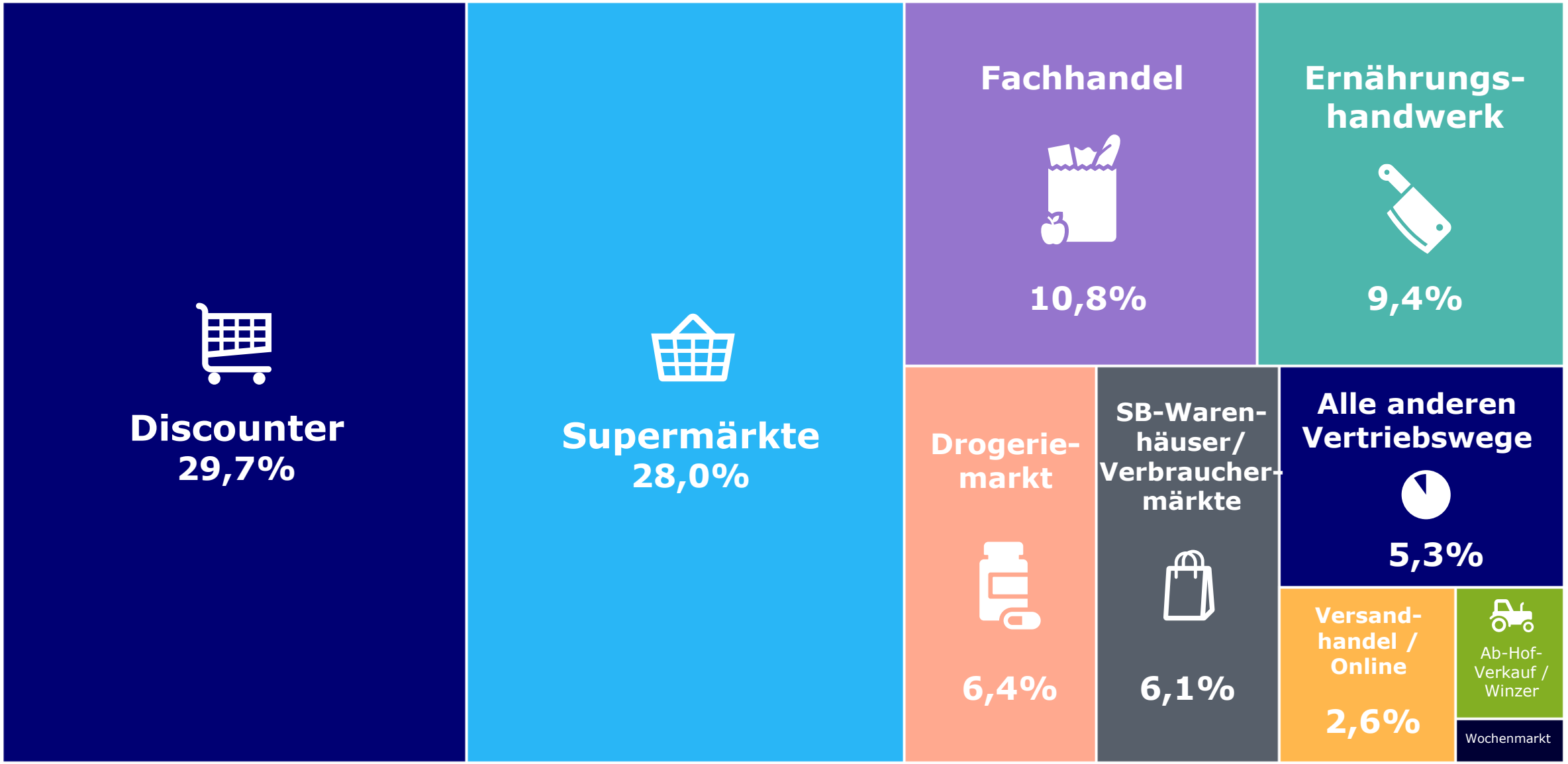
Noch nie hatte der Verbraucher eine so große Auswahl, wo und wie er einkaufen kann: stationär, online, bestellen und selbst abholen im Pick-up-Service, oder bestellen und den Bring-Service nutzen … oder ganz lokal den Ab-Hof-Verkauf nutzen? **Einzelhandel und Lieferanten stehen vor neuen Herausforderungen.**

HERAUSFORDERUNG:

GROßE AUSWAHL

ANTEILE DISTRIBUTIONSKANÄLE FMCG 2020

IFH KÖLN

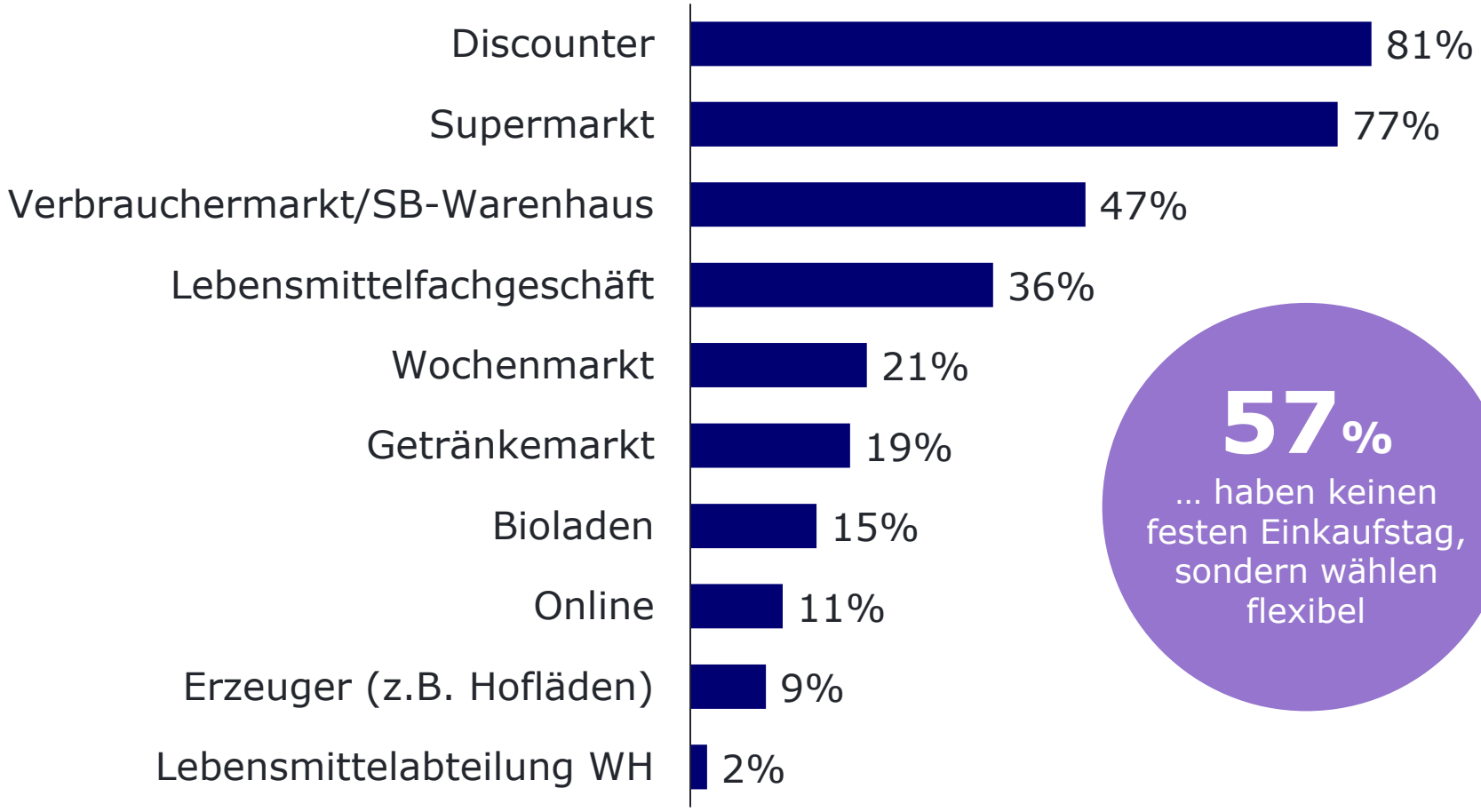


Quelle: IFH KÖLN www.handelsanalyse.de

EINKAUFSSTÄTTENPORTFOLIO | „NORMAL“

IFH KÖLN

Einkaufsstättenportfolio für den Wocheneinkauf



59% … erledigen ihren „Wocheneinkauf“ in der Regel an einem Einkaufstag

57% … haben keinen festen Einkaufstag, sondern wählen flexibel

49% … haben keine feste Einkaufsstätte, sondern wählen nach Bedarf/ Situation aus dem Portfolio aus

INFO Lebensmittelkäufer:innen: 1.000 ≤ n ≤ 1.014; „Welche der folgenden Einkaufsstätten nutzen Sie für Ihren Wocheneinkauf?” 2019

Quelle: Handelsreport Lebensmittel 2020 IFH KÖLN im Auftrag Handelsverband Deutschland HDE e.V.

Einkaufsstättenportfolio 2020, stationär/online im Vergleich (Veränderung zu November 2019)

Rein stationäre Lebensmittelkäufer:innen nutzen **Ø 3 (– 7 %)** Einkaufsstätten für ihren Wocheneinkauf

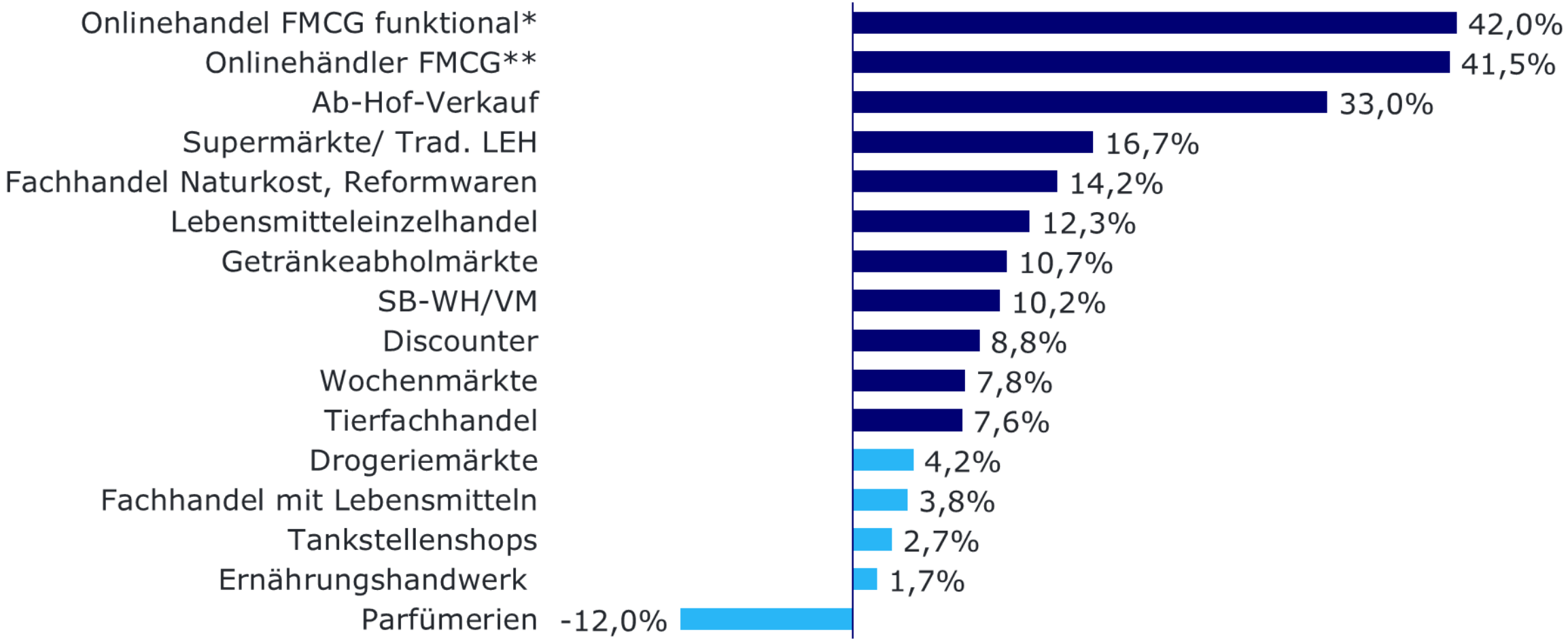
Lebensmittelkäufer:innen die **auch online kaufen** nutzen **Ø 5 (–2 %)** Einkaufsstätten für ihren Wocheneinkauf

INFO Rein stationäre Lebensmittelkäufer:innen: n = 1.881 (2020) bzw. n = 994 (2019); Onlinelebensmittelkäufer:innen: n = 188 (2020) bzw. n = 112 (2019); Mehrfachnennungen möglich

GEWINNER UND VERLIERER IM ERSTEN JAHR DER PANDEMIE

IFH KÖLN

Gewinner & Verlierer 2020 im Vergleich zu 2019

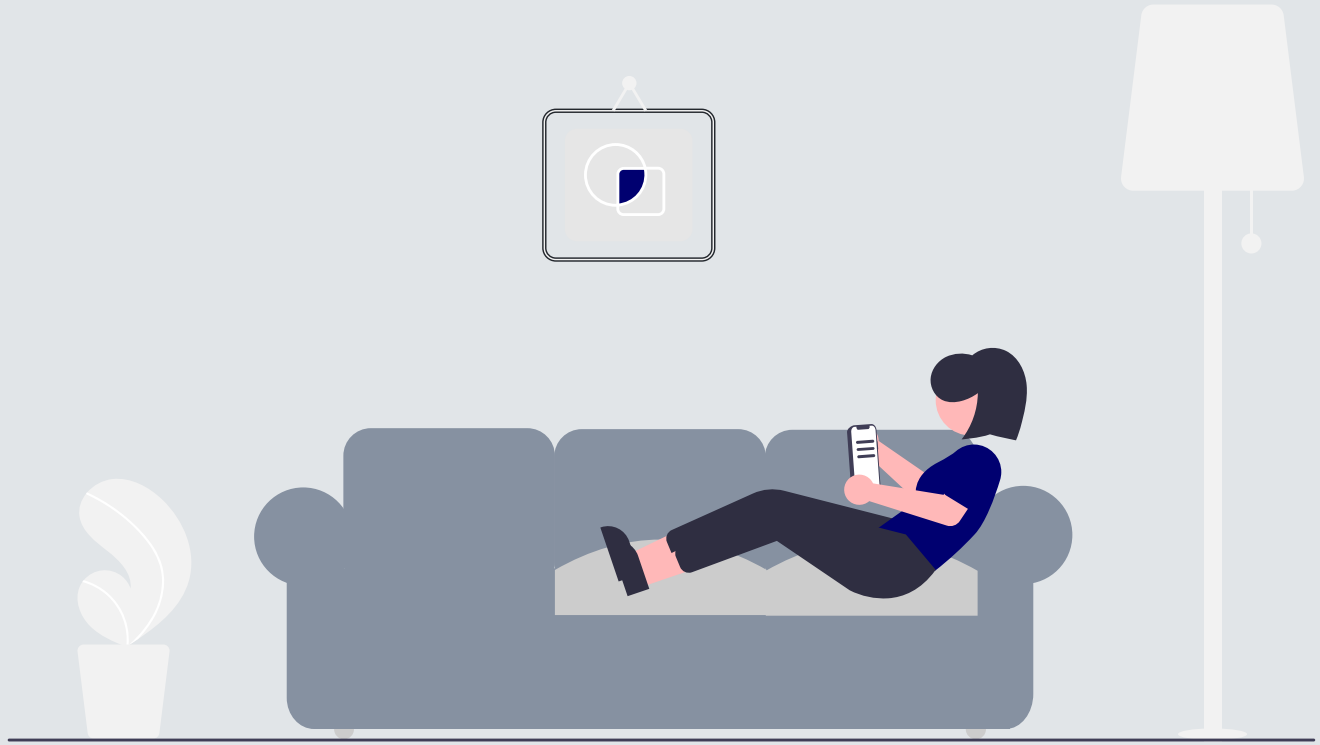


INFO *einschließlich Hersteller, Versender und Onlineumsätze der stationären Händler, z.B. Rewe, Douglas, Fressnapf
**Händler mit Internet Pure Player DNA, Hersteller, Versender

Quelle: IFH KÖLN BranchenInformationsSystem

HERAUSFORDERUNG:

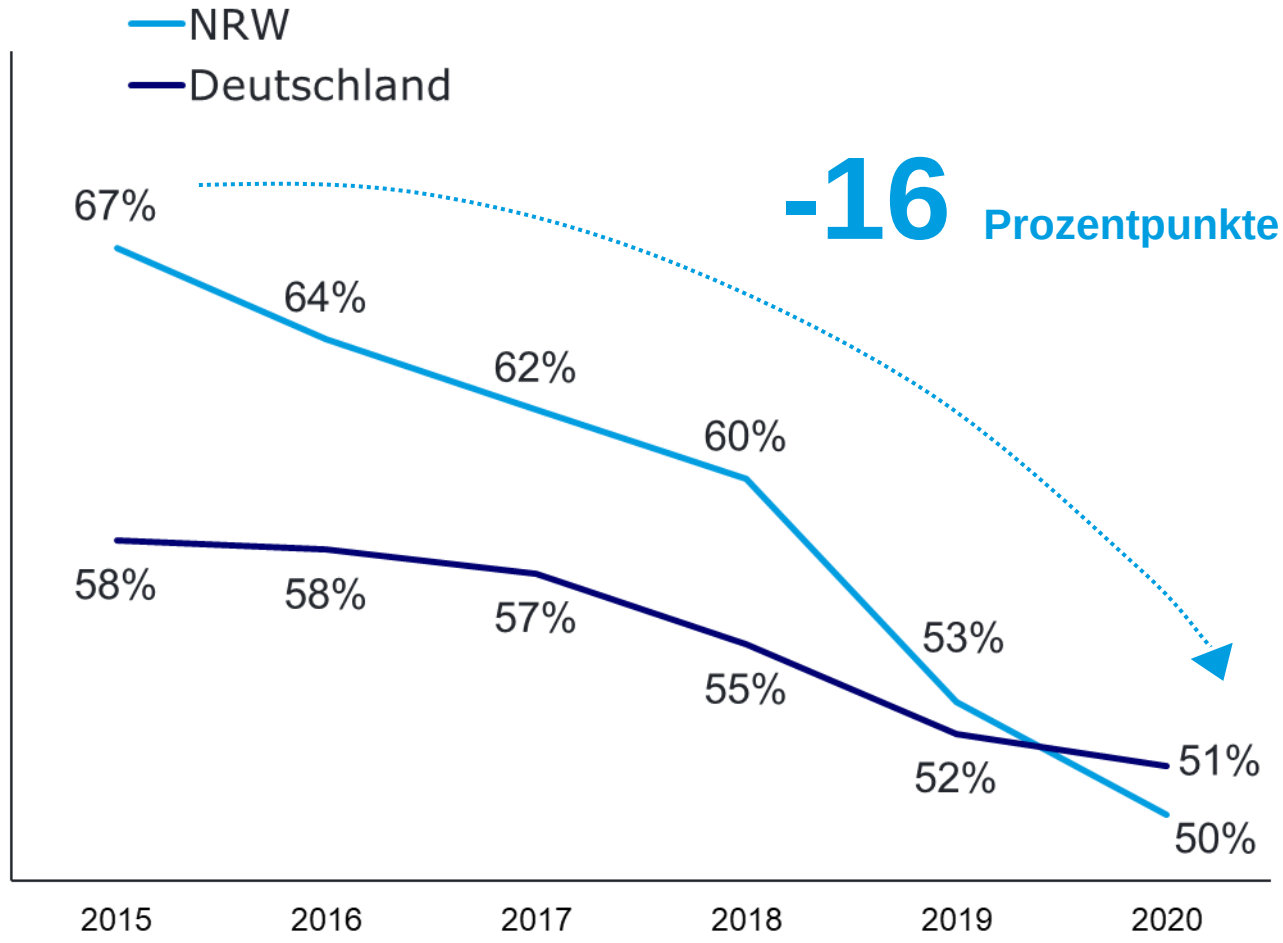
BEQUEMLICHKEIT



EINKAUFEN WIRD ZUR LÄSTIGEN PFLICHT

IFH KÖLN

Anzahl der Verbraucher, mind. monatlicher Schaufensterbummel
(Deutschland/Nordrhein-Westfalen, Bevölkerung ab 16 Jahre)



77%

ist beim Einkauf von der **geringe zeitliche Aufwand** wichtig

59%

stören sich **zu vielen Kunden** und **langen Wartezeiten** zu Stoßzeiten

85%

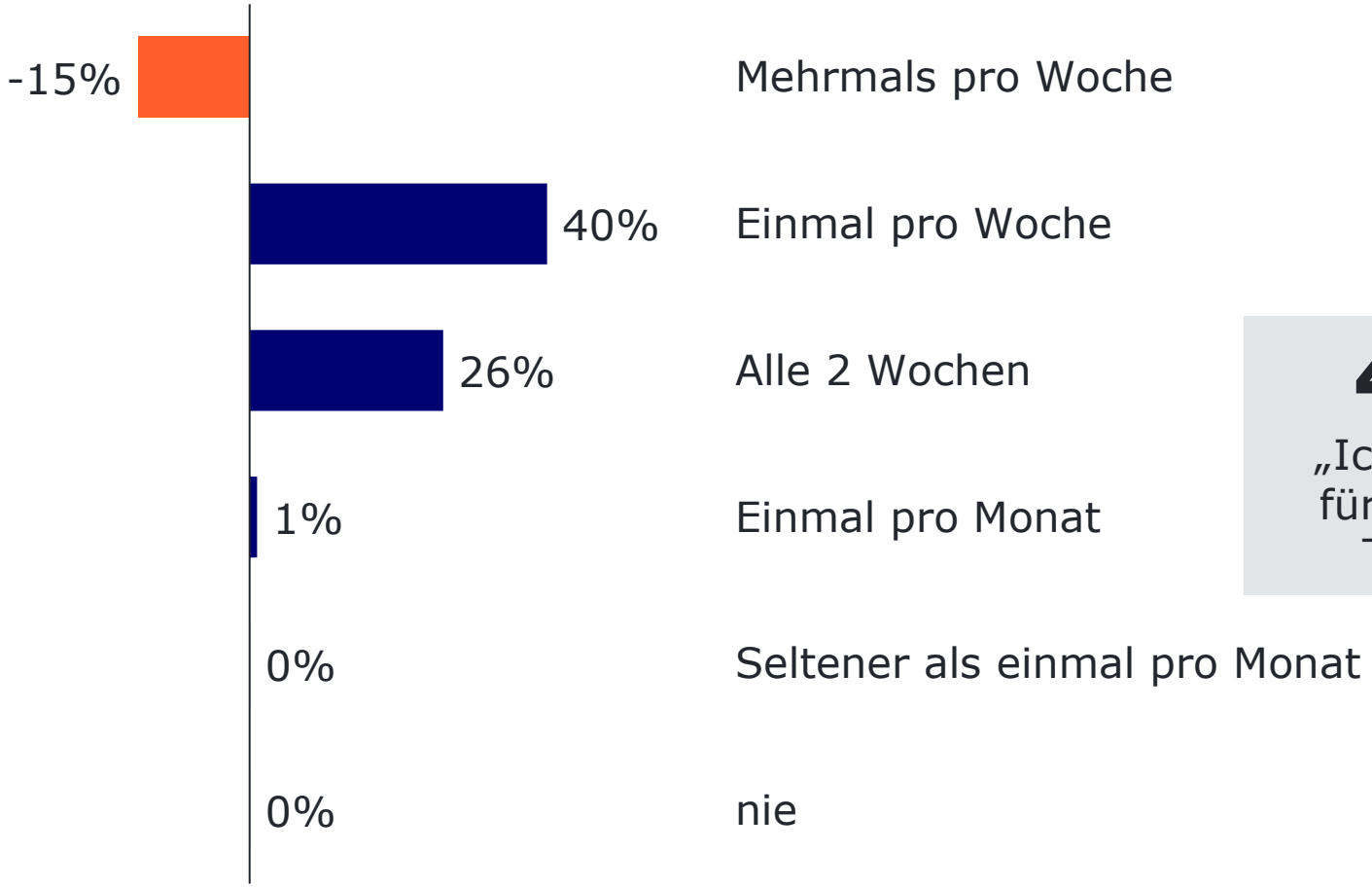
suchen gerne Lebensmittelgeschäfte auf, in denen sie den **gesamten Einkauf auf einmal erledigen** können

Quelle: „Zukunft des Handels, Zukunft der Städte", IFH KÖLN im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, 2021.

EINKAUFSFREQUENZ UND ESSENSPLANUNG

IFH KÖLN

Einkaufsfrequenz Lebensmittel (2020, Veränderung zu November 2019)



21% (+17%)
„Ich plane immer das gesamte Essen für eine Woche im Voraus"

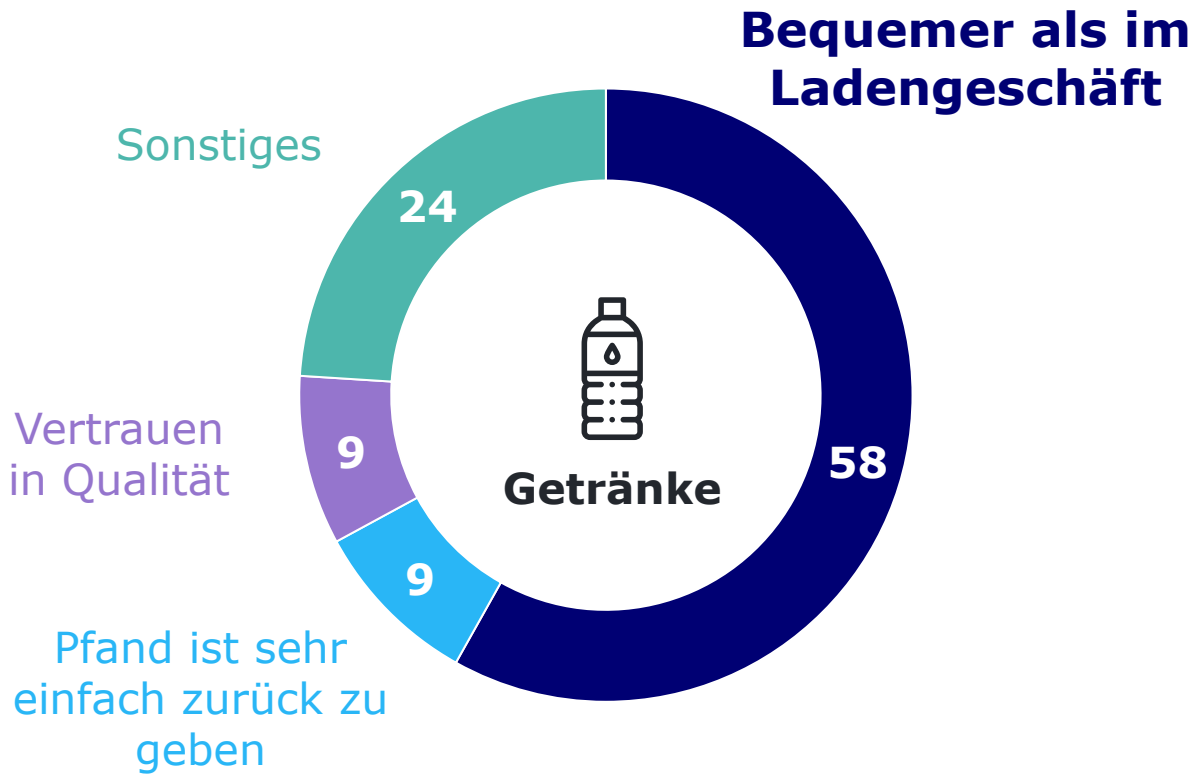
41% (+6%)
„Ich plane das Essen für die nächsten 2-3 Tage im Voraus"

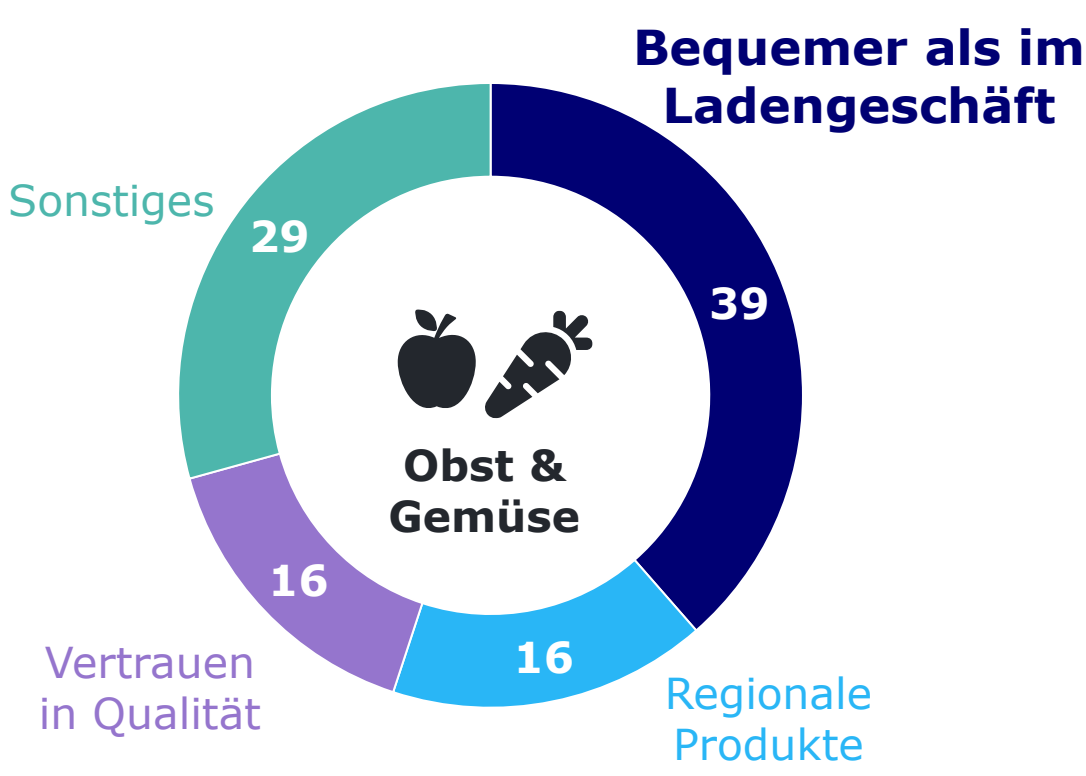
INFO n = 2.000 (2020) bzw. n = 1.003 (2019) Internetnutzer*innen

Quelle: Handelsreport Lebensmittel 2020 IFH KÖLN im Auftrag Handelsverband Deutschland HDE e.V.

ONLINELEBENSMITTELKAUF | GRÜNDE

IFH KÖLN





FRAGE „Sie haben angegeben, dass Sie Obst & Gemüse/gekühlte Waren/Getränke (auch) online bestellen. Was sind die Gründe dafür?"

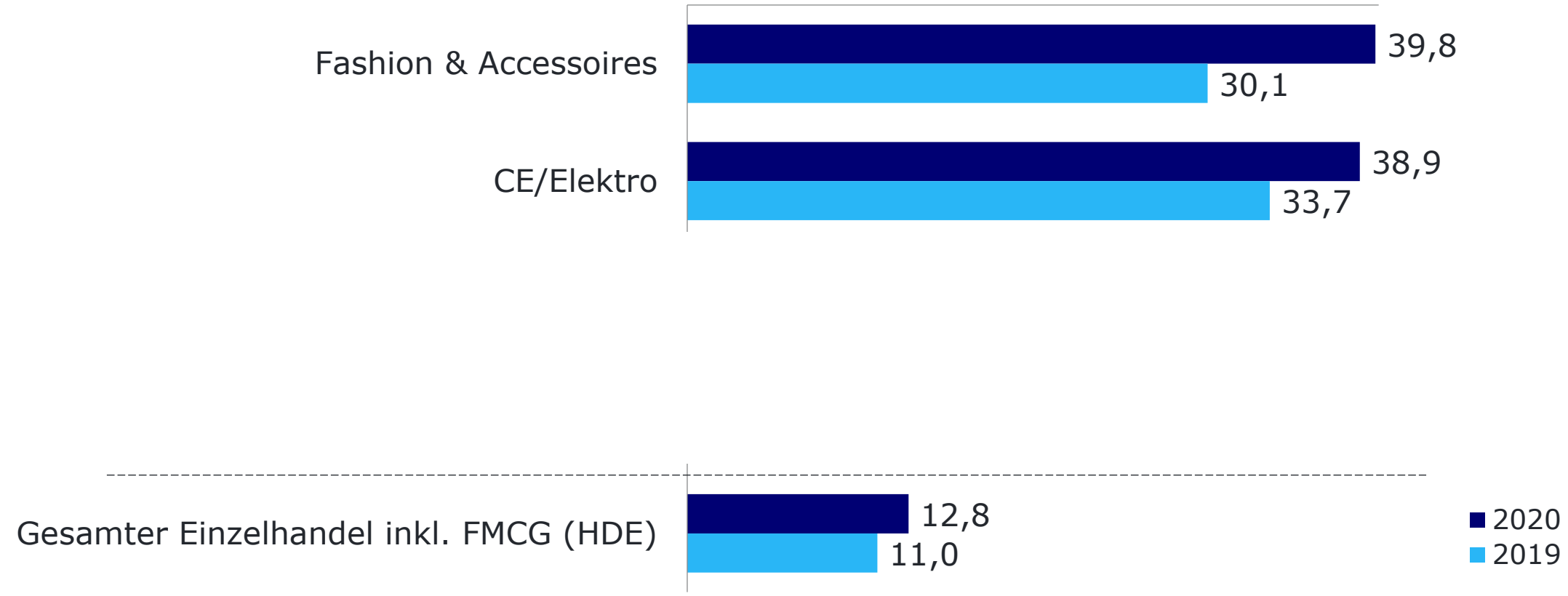
INFO Onlinelebensmittelkäufer:innen der jeweiligen Kategorien: 47 ≤ n ≤ 61 (Achtung, geringe Fallzahl); jeweils Verteilung von 100 Punkten auf die Gründe.

Quelle: IFH KÖLN: Lebensmittel online – heute und 2030, Köln, 2020.

HERAUSFORDERUNG:

ONLINE AFFINITÄT

Onlineanteil 2019 und 2020 im Vergleich



INFO Dargestellt sind die vom IFH KÖLN umgerechneten Bruttowerte. Aufgrund der unterschiedlichen Umsatzsteuersätze in einzelnen Warengruppen können sich die Anteile von denen der Nettobetrachtung ohne Umsatzsteuer teilweise unterscheiden. *DIY-Kernsortimente, ohne Großhandel und Handwerker, ohne Leuchten/Lampen, ohne Deko/Haus-/Heimtextilien.

Quelle: IFH KÖLN auf Basis von HDE Online-Monitor 2021.

„WOCHENEINKAUF“ ONLINE | ENTWICKLUNG WARENKÖRBE

IFH KÖLN

Als **erstes** im Onlinewarenkorb

1. Haltbare Lebensmittel
2. Getränke
3. Gekühlte Waren
4. Wein/Spirituosen
5. Spezialitäten & Delikatessen
6. Tiefkühllebensmittel
7. Brot & Backwaren
8. **Obst & Gemüse**

Als **letztes** im Onlinewarenkorb

FRAGE Sie haben angegeben, dass Sie die folgenden Kategorien an Lebensmitteln im Rahmen Ihres „Wocheneinkaufs“ online bestellen. Welche dieser Kategorie(n) haben Sie zuerst online bestellt, welche sind dann gefolgt.

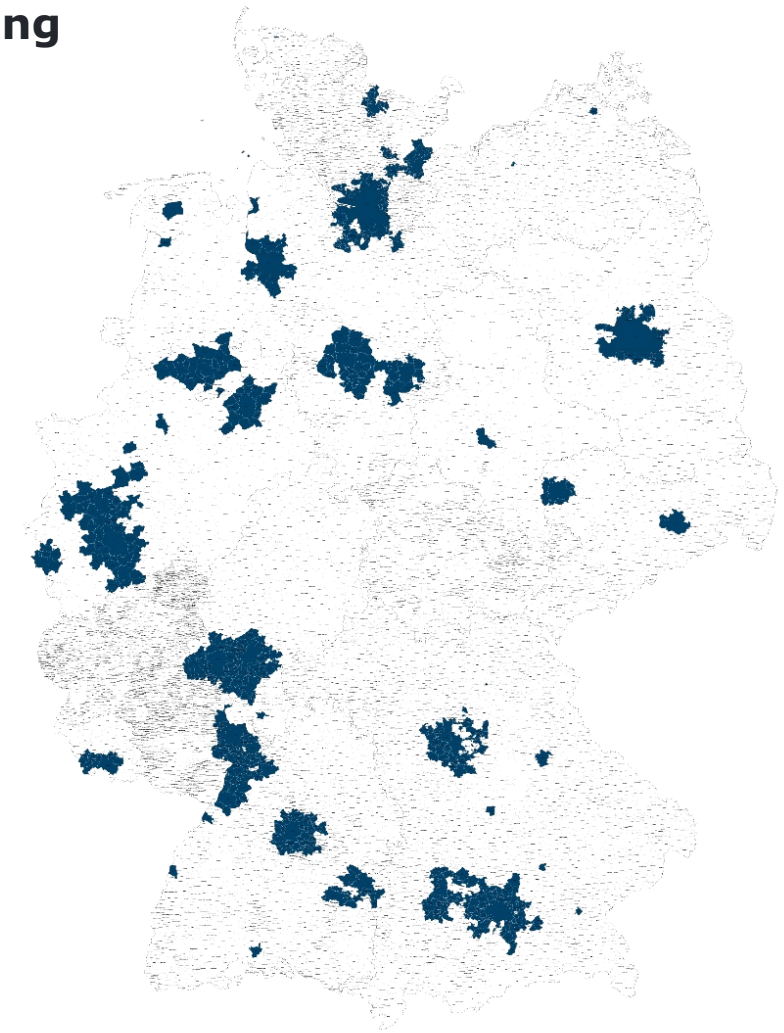
INFO Onlinelebensmittelkäufer:innen: 43 ≤ n ≤ 73 (Achtung, geringe Fallzahl); Darstellung eines Rankings online gekaufter Lebensmittel nach Zeitpunkt des ersten Kaufs.

Quelle: IFH KÖLN: Lebensmittel online – heute und 2030, Köln, 2020.

VOR PANDEMIE: REICHWEITE ONLINELEBENSMITTELHANDEL

IFH KÖLN

Liefergebietsabdeckung
Angaben in blau



ca. 19 %

… der Bevölkerung können **zwischen mind. 2 verschiedenen** Onlineshops mit „Vollsortiment“ und Auslieferung **wählen**.

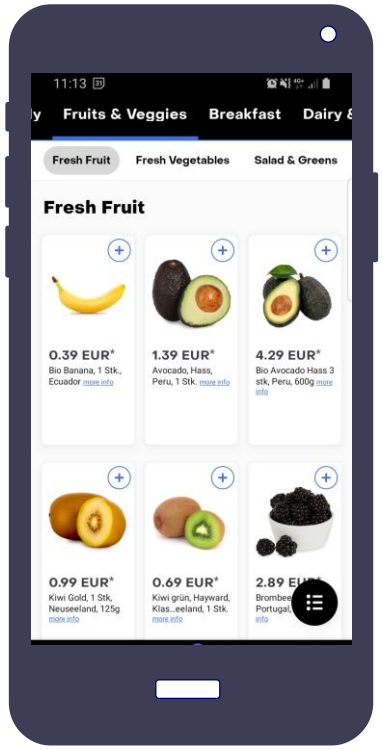
INFO Blaue Markierungen stellen Liefergebiete von Onlineshops mit „Vollsortiment“ und Auslieferung dar.

Quelle: IFH KÖLN: Lebensmittel online – heute und 2030, Köln, 2020.

GORILLAS: RESÜMEE ZUM 1. GEBURTSTAG

IFH KÖLN

Nach dem Start in Berlin ist die Expansionsgeschwindigkeit weiterhin hoch – nicht nur in Deutschland und Europa, sondern seit Mai 2021 nun auch in den USA.



über 2,5 Millionen Bestellungen

Ø Lieferzeit von 10,8 Minuten

Über 100 Warenlager in Deutschland, Europa und in den USA

Warenlager:

- **Deutschland:** Augsburg, Berlin, Bonn, Bremen, Dortmund Dresden, Düsseldorf, Essen, Frankfurt am Main, Fürth, Gelsenkirchen Hamburg, Hannover, Heidelberg, Karlsruhe, Köln, Leipzig, München, Nürnberg, Offenbach am Main, Stuttgart
- **International:** Belgien, England, Frankreich, Italien, Niederlanden, Spanien, USA

INFO Stand: 07/2021; Karte noch ohne Augsburg, Dortmund, Gelsenkirchen.

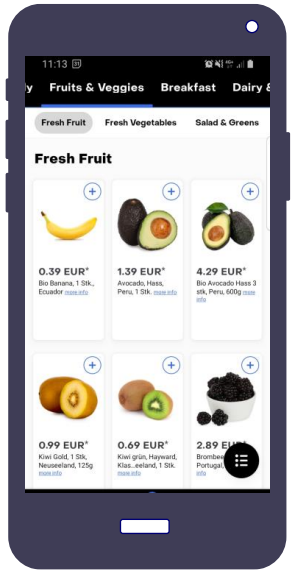
https://www.internetworld.de/logistik/same-day-delivery/12-monate-gorillas-gehypte-on-demand-delivery-start-up-zieht-bilanz-2682917.html

BEISPIELRECHNUNG: PROFITABILITÄT GORILLAS

IFH KÖLN

Laut einer internen Beispielrechnung kann die Profitabilität durch eine Erhöhung der Bestellanzahl erreicht werden – die Voraussetzungen sind jedoch nicht überall gegeben.

PROFITABILITÄTSKALKULATION I

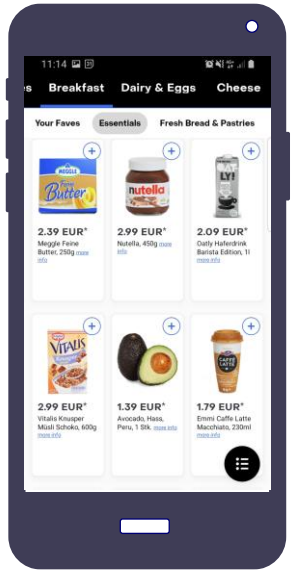


Bestellungen:
1.100

Durchschnittlicher Warenkorb:
23,80 € + 1,80 € Liefergebühr

Deckungsbeitrag:
0,25 Euro

PROFITABILITÄTSKALKULATION II



Bestellungen:
1.800

Durchschnittlicher Warenkorb:
23,80 € + 1,80 € Liefergebühr

Deckungsbeitrag:
3,59 Euro

Die meisten Warenlager schaffen bislang allerdings **weniger als 1.000 Bestellungen pro Tag**, auch der **durchschnittliche Bestellwert** liegt noch bei **rund 20 Euro**.

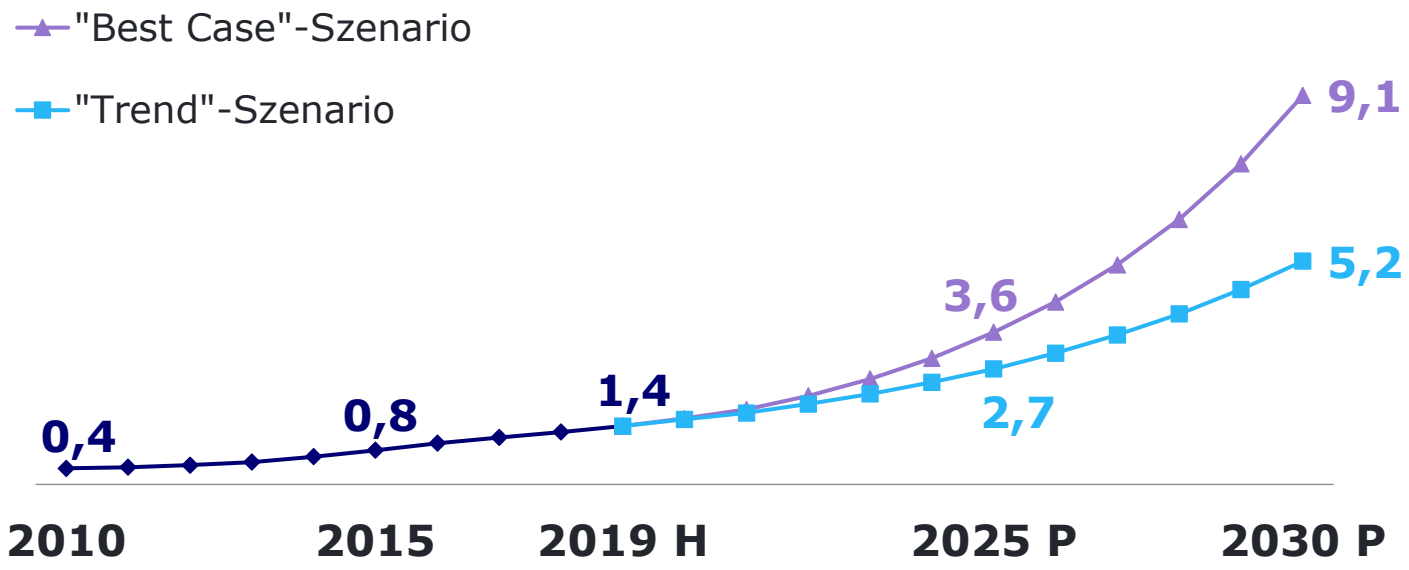
INFO Stand: 07/2021.

https://www.capital.de/wirtschaft-politik/gorillas-2-0-der-geheimplan-des-liefer-start-ups

VOR PANDEMIE: SZENARIO 2030 FÜR LEBENSMITTEL ONLINE

IFH KÖLN

Onlineanteil am Gesamtmarkt Lebensmittel + Getränke in Prozent



Aktueller Stand der Beschleunigung:

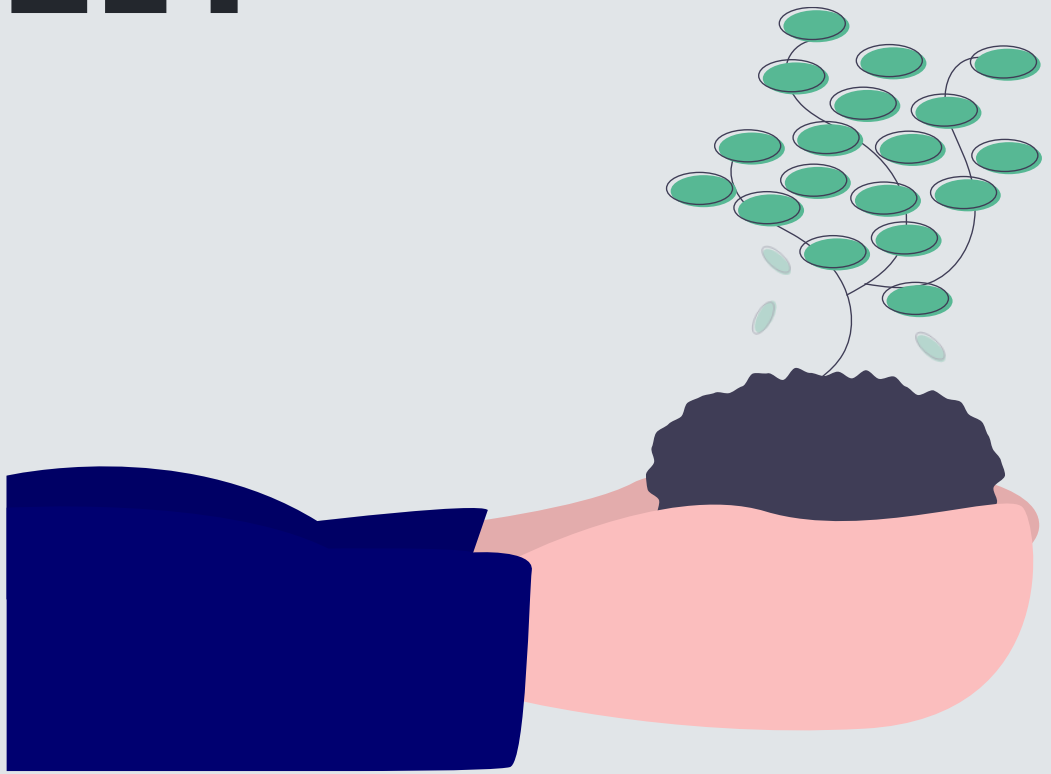
ca. **5 Jahre**

INFO IFH KÖLN auf Basis bevölkerungsrepräsentativer Befragung und VuMA 2011-2020, H=Hochrechnung, P=Prognose.

Quelle: IFH KÖLN: Lebensmittel online – heute und 2030, Köln, 2020.

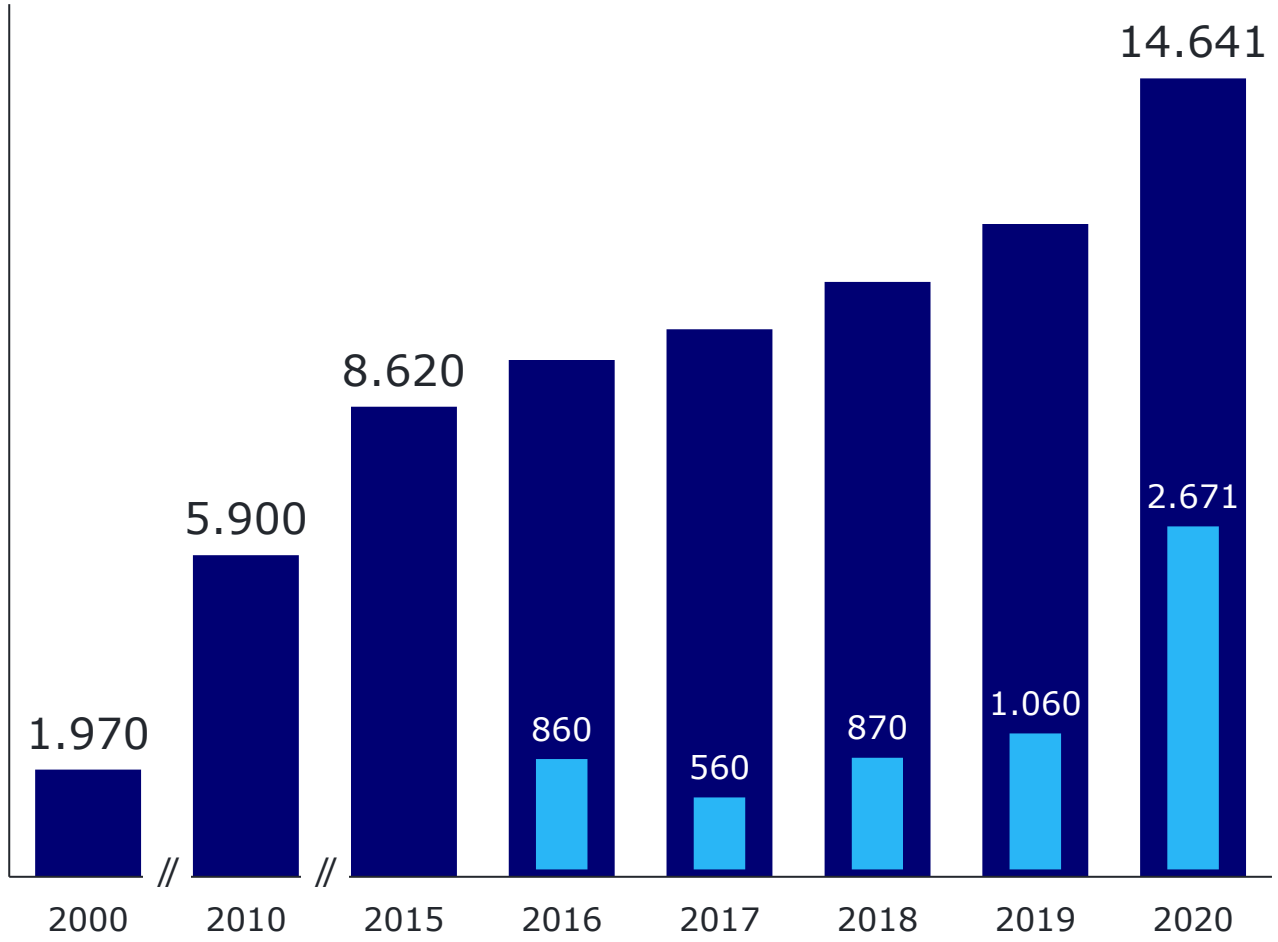
HERAUSFORDERUNG:

NACHHALTIGKEIT

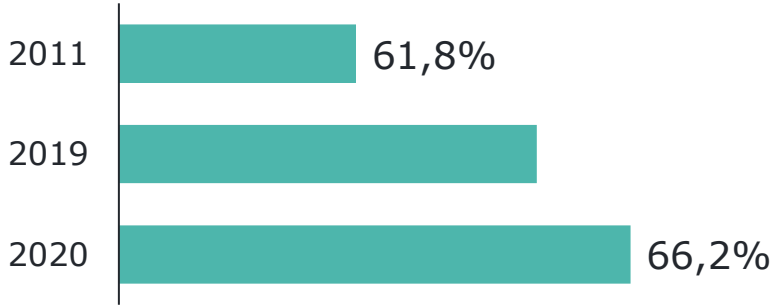


IFH KÖLN

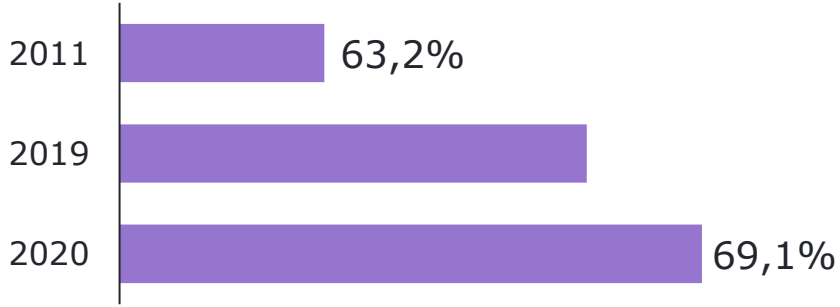
Marktvolumen Biolebensmittel, Umsatz und absolutes Wachstum
in Mio. Euro



„Ich lege wert auf eine **gesunde Ernährung**, auch wenn es mehr kostet."



„Ich kaufe nach Möglichkeit **Produkte aus der Region**."



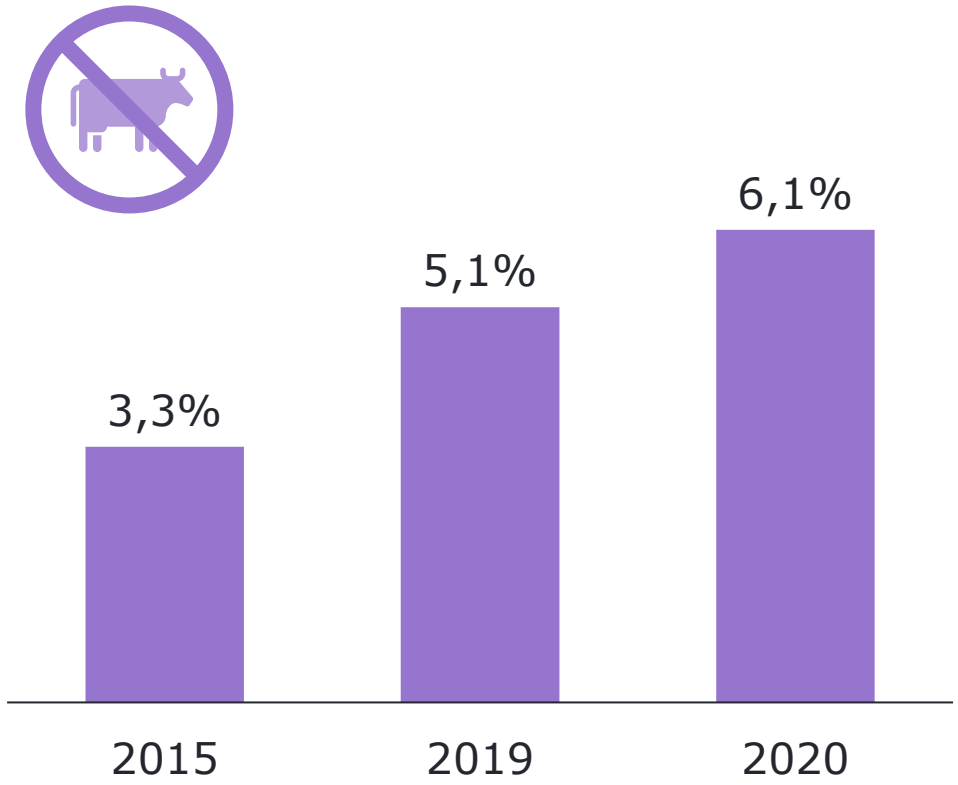
Quelle: HDE Konsummonitor Nachhaltigkeit; links: Berechnungen IFH KÖLN; rechts: VuMA Touchpoints

ANZAHL VEGETARIER / VEGANER

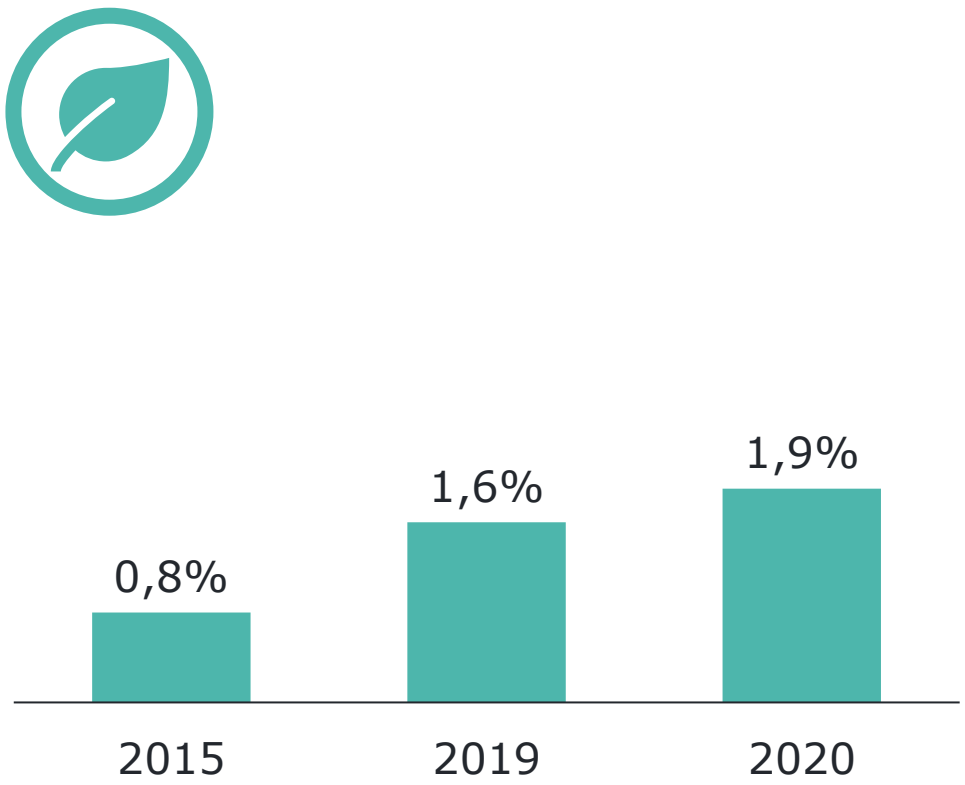
IFH KÖLN

Anteil Veganer/Vegetarier wächst mit hoher Geschwindigkeit

VEGETARIER



VEGANER

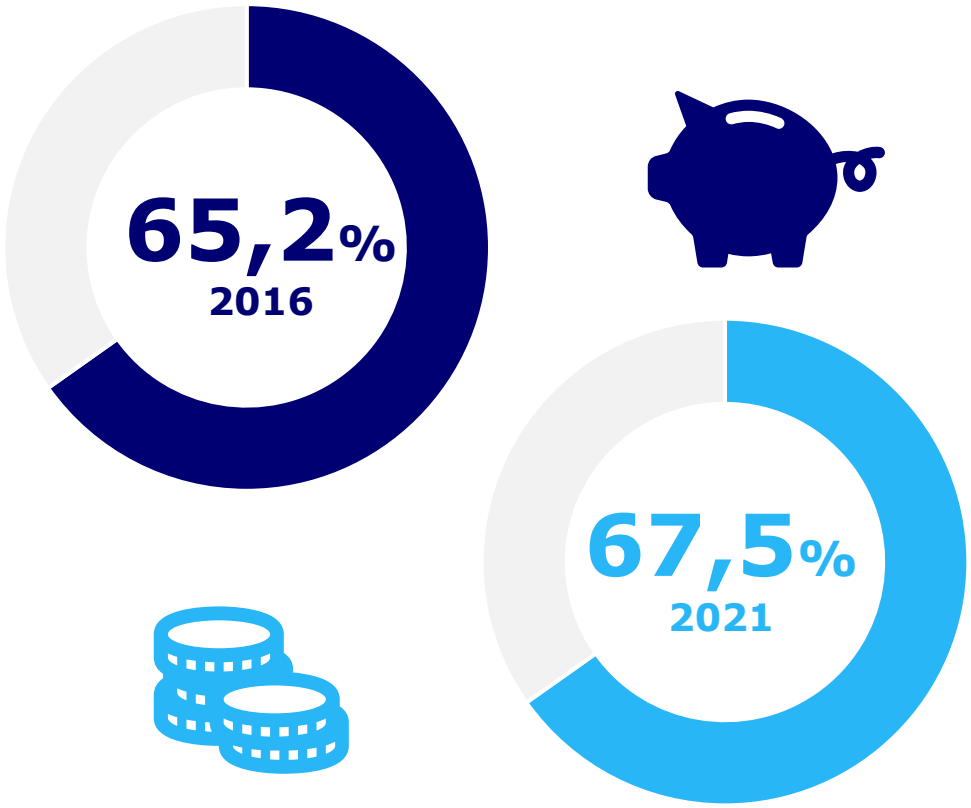


Quelle: Konsummonitor Nachhaltigkeit IFH KÖLN im Auftrag HDE; https://einzelhandel.de/component/attachments/download/10577

NACHHALTIGKEIT UND PREISORIENTIERUNG?

IFH KÖLN

Preissensibilität beim Kauf von Lebensmitteln (2016 vs. 2021)



Anteil der Konsumenten die bei Frischeinkäufen bei den Preis achten

49%

Absatzanteil der Discounter bei Obst- und Gemüse

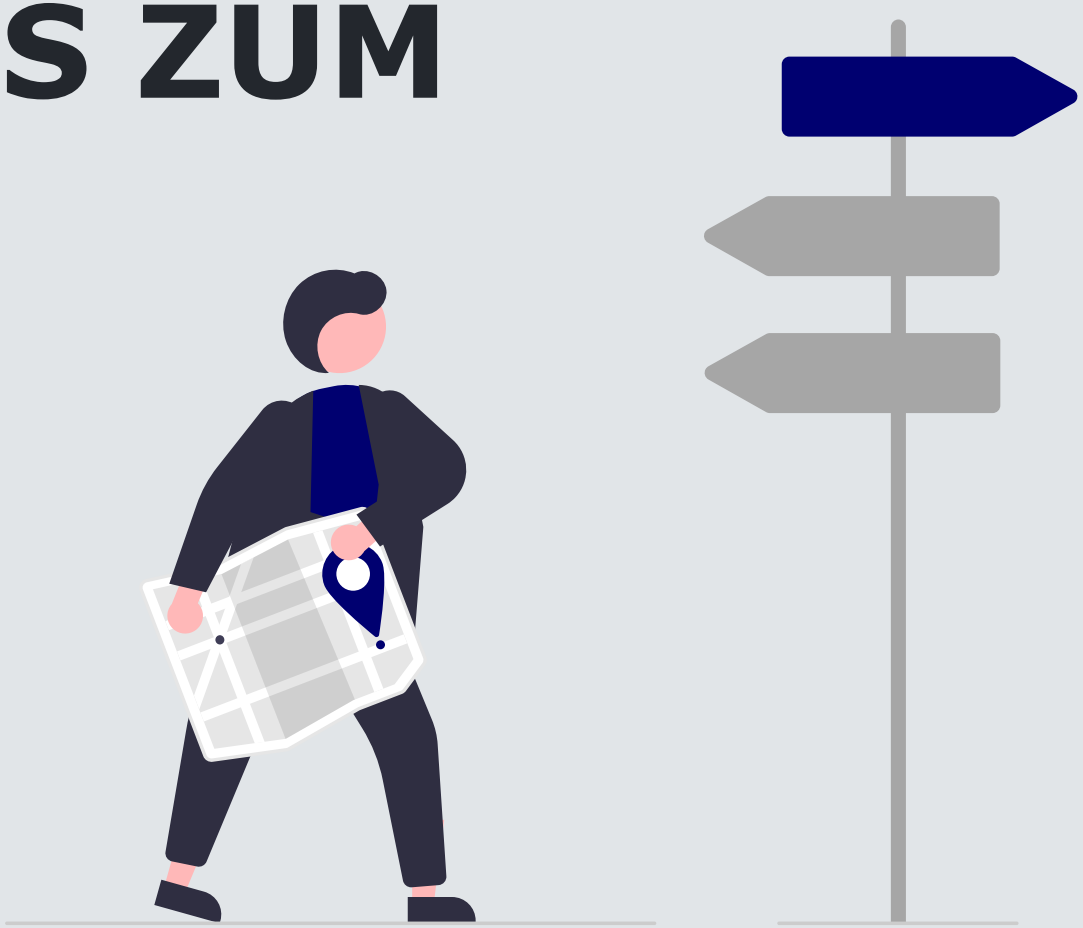
44%

Umsatzanteil der Discounter bei Obst- und Gemüse

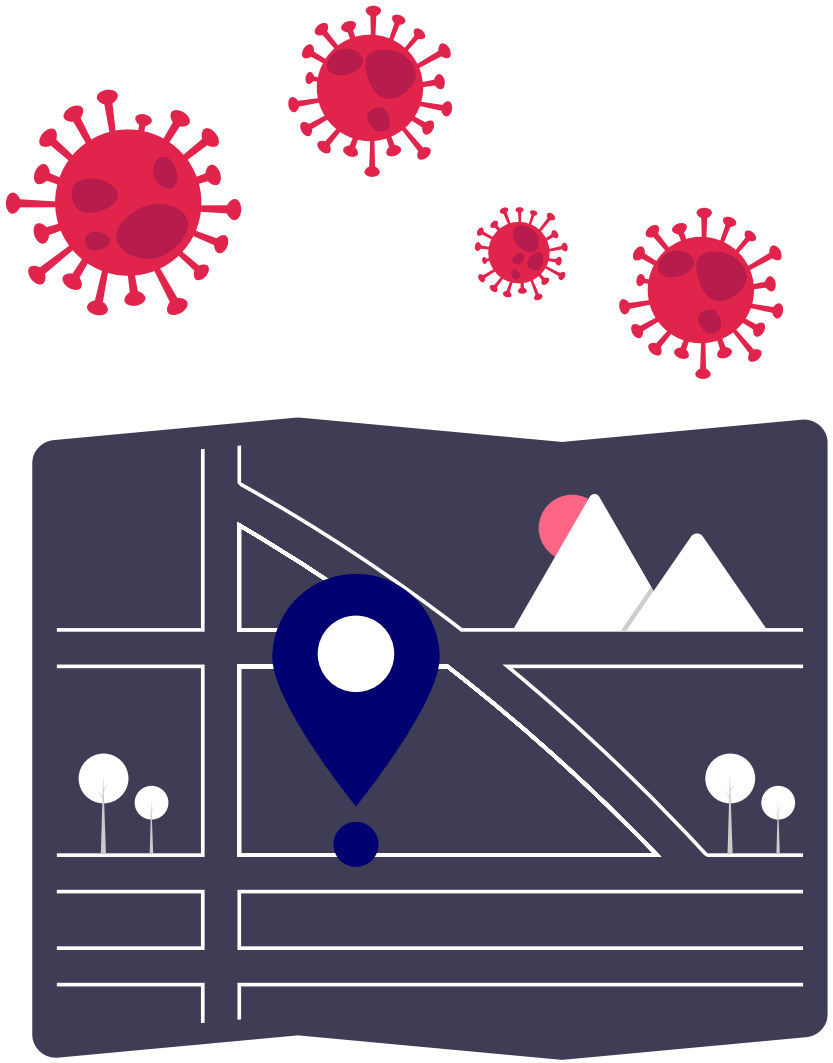
Quelle: IFH KÖLN; Absatzmenge: GFK nach AMI Marktbilanz Obst und Gemüse 2021; Umsatzanteil: GFK nach AMI

HERAUSFORDERUNG:

WO BITTE GEHT'S ZUM VERBRAUCHER?



WO BITTE GEHT´S ZUM VERBRAUCHER?



- **Große Auswahlmöglichkeiten**
- **Bequemlichkeit / Convenience**
- **Starke Online-Affinität**
- **Zunehmende Nachhaltigkeit**

HERAUSFORDERUNG VERBRAUCHER

GIBT ES NOCH FRAGEN?

Max-Henrik Fabian

Consultant – Market Insights

+49 (0) 221 943607-38
m.fabian@ifhkoeln.de

IFH KÖLN
Erfolgreich im Handeln

IFH Köln GmbH

Dürener Str. 401 b
50858 Köln

+49 (0) 221 943607-10
www.ifhkoeln.de

@ifhkoeln
/company/ifh-koeln-gmbh