



Information | 01.07.2020 | Leipzig

Studie veröffentlicht: **Online-Marktplatz für regionale Lebensmittel in Sachsen**

Herausgeber: Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie

Schriftenreihe des LfULG, Heft 7/2020 | <https://publikationen.sachsen.de/bdb/artikel/35662>.

Autoren: Thomas Lehr; Laura Oppermann; Thomas Osterburg; Markus Schubert

In einer aktuellen Studie zu Online-Marktplätzen für regionale Lebensmittel in Sachsen im Auftrag des Landesamtes für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie wurden Konzepte entwickelt, mit denen sächsische Erzeuger ihre regionalen Lebensmittel erfolgreich online vermarkten und damit einen Beitrag zur Steigerung der regionalen Wertschöpfungspotenziale in Sachsen leisten können.

Die Studie, durchgeführt von der CONOSCOPE GmbH, einem mittelständischen Beratungs- und Forschungsunternehmen in Leipzig, untersuchte die Erwartungen der Verbraucher an Online-Marktplätze, verglich mehr als 40 Online-Anbieter von Lebensmitteln und deren Konzepte und sammelte mittels Online-Befragung und persönlichen Leitfadengesprächen Erfahrungen und Erwartungen sächsischer Landwirte und des Ernährungshandwerks. Aus diesen Ergebnissen wurden drei Geschäftsmodelle abgeleitet und mit Experten hinsichtlich ihrer Wirtschaftlichkeit diskutiert. Eine Stärken-Schwächen-Analyse prüfte die Umsetzbarkeit jedes Modells und leitete Erfolgsfaktoren für die Realisierung ab.

Wesentliche **Ergebnisse der Analyse:**

Aktuell befindet sich der Markt für den Onlinehandel mit Lebensmitteln und Frischeprodukten noch in einem sehr frühen Stadium. Kennzeichnend ist eine hohe Dynamik bei Marktein- und -austritten insbesondere von kleineren Akteuren (z. B. Allyouneed, Alnatura, lebensmittel.de, wellonga). Der deutsche Verbraucher reagierte auf den Onlinehandel mit Lebensmitteln in der Vergangenheit eher verhalten. Der Marktanteil des Onlinevertriebs bei Lebensmitteln lag bisher bei rund einem Prozent. Bis dato scheint der stationäre Lebensmittelhandel bezüglich Komfort, Preis, Zufriedenheit und Vertrauen aus Verbrauchersicht noch das Maß aller Dinge zu sein. Unter den Bedingungen der Corona-Pandemie zeigt sich allerdings eine deutlich steigende Verbrauchernachfrage nach E-Food Angeboten. Schon mehr als 40% der deutschen Verbraucher planen, in den nächsten 12 Monaten Lebensmittel online zu bestellen. Regionale Lebensmittel und bewusste Ernährung mit ihren vielfältigen Facetten werden als Trend weiter an Bedeutung gewinnen. Das bietet den Akteuren in der sächsischen Landwirtschaft und dem Ernährungshandwerk die Möglichkeit, über digitale Vermarktungswege zukünftig ein attraktives und notwendiges Online-Angebot regionaler Lebensmittel zu schaffen.



In der Studie wurden **drei erfolgversprechende Geschäftsmodellvarianten** für die Umsetzung eines Onlinemarktplatzes für regionale Lebensmittel in Sachsen entworfen.

Das erste Modell hat im Sinne eines erweiterten **Online-Hofladens** den einzelnen Erzeuger im Blick. Dieser verfügt idealerweise über ein Spektrum regional erzeugter Lebensmittel entweder aus dem Bereich Milch- und Molkereiprodukte, Obst und Gemüse oder Fleisch- und Wurstwaren. Diese Bereiche haben für den Verbraucher im wöchentlichen Warenkorb eine hohe Relevanz und bieten die Möglichkeit, innerhalb der gewünschten Produktpalette ein Mindestsortiment anzubieten, um vom Verbraucher als relevant eingestuft zu werden. Zur Erweiterung des Sortiments kommen Kooperationen mit umliegenden Erzeugern in Betracht, die in das Angebot des Marktplatzbetreibers integriert werden können.

Das zweite Modell liegt in der Bildung einer **Erzeugergenossenschaft**. Bei einer ausreichenden Anzahl an Erzeugern kann dem Verbraucher ein relevantes Sortiment hinsichtlich Tiefe und Breite angeboten werden. Gemeinsam sollten die Erzeuger auch in der Lage sein, die Investitionen zu bewältigen, die ein umfangreicherer Verbraucherkomfort notwendig macht. Kombinieren die Erzeuger bestehende Kundennetzwerke aus der Direktvermarktung, kann schnell ein Kundenstamm geschaffen werden, der einen wirtschaftlichen Betrieb und weiteren Ausbau des Onlinemarktplatzes ermöglicht. Wird zudem aktiv eine Online-Community aufgebaut und entwickelt, sind auch weitere Voraussetzungen für Attraktivität aus Sicht „neuer“ Verbraucher geschaffen. In Kombination mit stationären Hofläden oder Flagship-Stores scheint es in den Metropolen auch Märkte von ausreichender Größe zu geben. Ein ausschließlicher Onlinevertrieb erscheint beim aktuellen Verbraucherverhalten nicht sinnvoll.

Die dritte Geschäftsmodellvariante stellt auf eine **erzeugerunabhängige Plattform** ab und vereint Kompetenzen eines Logistik- und E-Commerce-Unternehmens als Erfahrungsträger für den Betrieb der Onlineplattform. Erzeugerunabhängig meint hier, dass die Erzeuger nicht Teil der Betreibergruppe und damit Gesellschafter im Unternehmen sind. Die zentrale Herausforderung für die Träger der Gesellschaft ist der Aufbau und das Management eines Erzeugernetzwerkes. Den Erzeugern bleibt die Rolle der Lieferanten. Sie haben nur einen geringen Einfluss, sind ggf. austauschbar und müssen zahlreiche Anforderungen entlang des Wertversprechens erfüllen, um in die Plattform aufgenommen zu werden.

Im Rahmen der Entwicklung der Geschäftsmodellvarianten wurden **vier zentrale Erfolgsfaktoren** diskutiert: Hierzu zählt die Entwicklung einer **regionalen Marke** mit einem Wertversprechen aus gesundheitsbewusster Ernährung, Regionalität der Lebensmittel, Nachhaltigkeit und Ökologie sowie Transparenz und Emotionalität. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die aktive Gestaltung der **Customer Journey** vom Interessenten zum Stammkunden mit Maßnahmen der Online- und Offlinekommunikation. **Logistik** und die **IT-Plattform** sind in einem engen Zusammenhang zu sehen, wenn es um die Gewährleistung von Komfort und Zuverlässigkeit auf Seiten der Verbraucher geht. Die Wirtschaftlichkeitsbetrachtung zeigt, dass die Fähigkeit **Warenkörbe von ausreichender Größe** zu realisieren ein weiterer Erfolgsfaktor ist.



Kontakt:

CONOSCOPE GmbH Käthe-Kollwitz-Straße 60 04109 Leipzig 0341 47827100, www.conoscope.de

Thomas Lehr Partner und Geschäftsführer thomas.lehr@conoscope.de

Markus Schubert Partner und Prokurist markus.schubert@conoscope.de

CONOSCOPE ist ein mittelständisches Beratungs- und Forschungsunternehmen an den Standorten in Leipzig und Essen. Grundsatz unserer Arbeit ist der Anspruch, Ergebnisse mit Relevanz und Implementierbarkeit für unsere Kunden zu erzielen – aus Consulting wird Resulting.

Unsere Dienstleistungen werden maßgeschneidert auf die Kundensituation angepasst und gewährleisten, dass Ergebnisse mit Wirkung erzielt werden.

Wir sind ein Team von vier Partnern, mit unseren Mitarbeitern decken wir verschiedene Kompetenzfelder ab. Sowohl wirtschafts- und ingenieurwissenschaftliche als auch soziologische und psychologische Kompetenzen sind vertreten.

In die Begleitung von Unternehmen bringen wir kunden- und zielorientiert fundierte Informationen aus dem wissenschaftlichen Umfeld ein und greifen bei der Interpretation auf neueste Forschungsergebnisse zurück. Die enge Anbindung an Hochschulen und die gemeinsame Umsetzung von Projekten und Forschungsvorhaben ist ein wesentlicher Bestandteil unseres Selbstverständnisses.