

# Näher als der Supermarkt ums Eck

In Kooperation mit **update** wollte die Mediaagentur Mindshare von heimischen Konsumenten wissen, ob und inwiefern sie online Lebensmittel einkaufen. Für die repräsentative Erhebung wurden 525 Österreicher im Alter von 15 bis 59 Jahren online befragt. Von Maximilian Mondel



**Sabine Auer,**  
Business Planning  
Director Mindshare:  
„Es geht jetzt darum,  
die Besucher der  
LEH-Portale auch zur  
Onlinebestellung zu  
bringen.“

**Im Web** Bücher, Bekleidung, Flugtickets, Urlaubsreisen oder eine warme Pizza einkaufen – inzwischen ist das für die meisten Österreicher eine Selbstverständlichkeit. Die Bereitschaft, im Internet Lebensmittel des täglichen Bedarfs einzukaufen, ist hingegen noch nicht ganz so ausgeprägt. Nach wie vor kaufen die Österreicher am liebsten im stationären Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ein. Befragt, wo sie generell am liebsten Lebensmittel einkaufen, werden zuvorderst Hofer (82 Prozent) und Spar (81 Prozent) genannt. Danach folgen Billa (66 Prozent) und Merkur (45 Prozent), gefolgt von Lidl (43 Prozent) und Penny (32 Prozent). Im Vergleich dazu schwächeln die Onlinebestellungen im LEH im unteren einstelligen Bereich: Einzig bei Billa haben bereits vier Prozent der 525 für die Mindshare-Studie Befragten im Alter von 15 bis 59 Jahren schon online eingekauft.

19 Prozent und Spar mit 14 Prozent. „Das Angebot hat durchaus noch einiges an Potenzial“, erklärt Sabine Auer, Mindshare Business Planning und Studienleiterin. „Es geht jetzt darum, die Besucher der LEH-Portale auch zur Onlinebestellung zu bringen.“ Mögliche Gründe, warum das Bestellverhalten im Online-LEH noch schleppend ist, sind laut Auer die nicht immer einfachen Einkaufsbedingungen: Etwa wenn das Angebot nur eingeschränkt verfügbar ist, die Lieferung nicht zum gewünschten Zeitpunkt erfolgt und Liefergebühren verlangt werden, wenn die Mindestbestellmenge nicht erreicht wird.

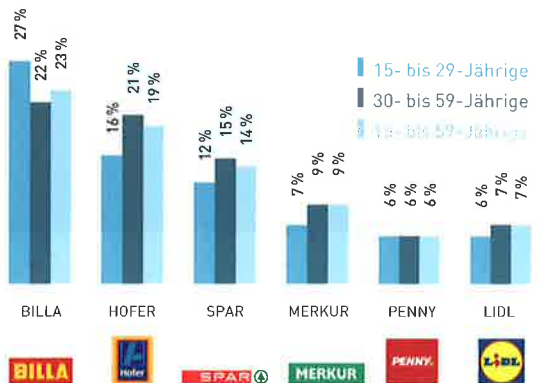
## Online wird meist nur gustiert

Die Analyse der Website-Besuche der LEH-Anbieter zeigt aber ein ganz anderes Bild. So haben die Billa-Site bereits 23 Prozent besucht, gefolgt von Hofer mit

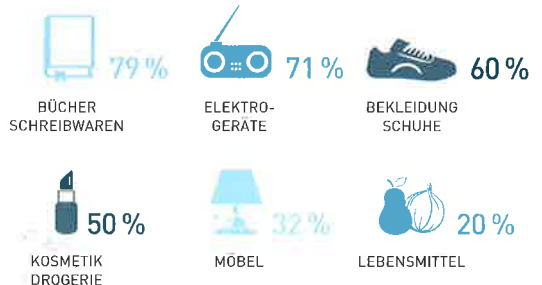
## Bequeme Lieferung als Asset

Immerhin kann sich jeder Fünfte in Zukunft vorstellen, auch Lebensmittel online zu beziehen. Die Pluspunkte, die Kunden zur Onlinebestellung bewegen könnten, sind vor allem die bequeme Lieferung und der Umstand, dass man den Einkauf nicht selbst nach Hause tragen muss. Weitere Motivation für den Onlineeinkauf sind die Zeitersparnis sowie Aktionen, die nur online angeboten werden.

Welche Zielgruppen welchen Onlinesupermarkt schon zumindest einmal besucht haben



Nur 20 Prozent der Österreicher können sich vorstellen, Lebensmittel online zu kaufen



Quelle: Mindshare/Werbeplanung.at update, n = 525