Artikel vom 31.07.2020 · Ausgedruckt am 12.11.2026, 23:38 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/online-boom-bleibt-aus

Online-Boom bleibt aus



Foto: imago images/Sven Simon

Die Online-Vermarkter von Lebensmitteln haben auf die kräftige Nachfragesteigerung im Zuge der Corona-Pandemie nur selten mit einem Ausbau dieses Absatzkanals reagiert. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Studie. Demnach gab es im März 2020 ein überproportional hohes Wachstum im Online-Lebensmittelhandel. Laut der Forscher konnte der Online-Lebensmittelhandel jedoch nicht noch stärker davon profitieren, weil die betreffenden Kapazitäten der Unternehmen begrenzt gewesen seien. Ein weiterer Grund seien die Konsummuster der Kunden. „Für viele Menschen ist gerade der Lebensmitteleinkauf ein wichtiges Erlebnis, das sinnliche Erfahrungen wie das Fühlen der Ware anspricht. Es ist außerdem ein soziales Erlebnis, was gerade während der ‚stay home'-Maßnahmen wichtig war", erklärt Prof. Martina Fuchs vom Wirtschafts- und Sozialgeographischen Institut der Universität Köln. Laut Studie erweiterten sowohl größere als auch kleinere Online-Vermarkter von Lebensmitteln als Reaktion auf die Nachfragesteigerung nur selten ihr Liefergebiet. „Die Lebensmittelhändler konnten nicht absehen, dass sich umfangreiche Investitionen lohnen würden, da sich eine ‚Rückkehr zur Normalität' abzeichnete", sagte Fuchs. Prof. Peter Dannenberg vom Geographischen Institut ergänzte, dass es trotz des „Digitalisierungsschubs" keinen Umbruch im Lebensmitteleinzelhandel ergeben habe. „Das ist – aus geographischer Sicht – gerade mit Blick auf die Förderung der Versorgung ländlicher Räume in Deutschland ein wichtiger Punkt."