

**Kontakt:**  
IFH Köln  
Lara Kersken  
Unternehmenskommunikation  
+49 (0) 221 94 36 07-827  
[presse@ifhkoeln.de](mailto:presse@ifhkoeln.de)  
[www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)

## **Coronavirus als Treiber für neues Einkaufsverhalten**

*Aktuelle Berechnungen des IFH Köln belegen: Immer mehr Konsument\*innen kaufen bewusst online, um den stationären Einkauf zu vermeiden. Der Onlinelebensmittelhandel (OLEH) ist vor allem beim Kauf haltbarer Lebensmittel beliebt – Erkenntnisse, die durch die Ausbreitung des Coronavirus besondere Relevanz erfahren.*

**Köln, 10. März 2020** – 52 Prozent der Onlinelebensmittelkäufer\*innen kaufen im Vergleich zu den vergangenen ein bis zwei Jahren ihre Lebensmittel häufiger online ein – oft eine bewusste Entscheidung, um den Gang in den Supermarkt zu vermeiden. Dabei wandern Nudeln, Konserven, Reis – Lebensmittel, die kein Risiko bezüglich Produktqualität beinhalten und sich lange halten – zuerst in den Onlinewarenkorb. Zu diesem Ergebnis, das in Zeiten des neuartigen Coronavirus besonders interessant ist, kommt die neue Studie „Lebensmittel online – heute und 2030“ des IFH Köln.

*„Wer aktuell Lebensmittel online bestellen und sich nach Hause liefern möchte, muss mit längeren Wartezeiten rechnen. Die Unsicherheiten bezüglich des neuartigen Coronavirus bricht das gewohnheitsmäßige Einkaufsverhalten in großem Maße auf und setzt den Onlinelebensmittelhandel für viele Konsument\*innen in attraktiveres, neues Licht“, so Dr. Eva Stüber, Mitglied der Geschäftsleitung am IFH Köln, zu der neuen Studie.*

## **Convenience und Sicherheit als Treiber für den OLEH**

Die Sorge um die Produktqualität ist der Hauptgrund gegen einen Einkauf von Lebensmitteln im Internet. Dies wird durch die fehlende multisensuelle Begutachtung und Befürchtungen bezüglich Unterbrechungen der Kühlkette befeuert. Zudem sagen 53 Prozent der Konsument\*innen, dass sie aufgrund ihrer Zufriedenheit mit den stationären Einkaufsmöglichkeiten keinen Grund für den Onlinekauf sehen. Auch die hohen Lieferkosten sind ein Grund für die Befragten Lebensmittel nicht online zu bestellen. In Anbetracht von zunehmenden Meldungen rund um das Coronavirus erfolgt eine Neubewertung: Die Lebensmittellieferung nach Hause ist für viele Konsument\*innen nicht nur eine bequemere Option für den Wocheneinkauf, sondern aktuell auch die gefühlte sicherere Wahl.

## **Risikominimierendes Verhalten**

Der Fokus auf ein risikominimierendes Verhalten – gerade beim Kauf von Lebensmitteln – wird auch bei der Betrachtung der Warenkörbe im Zeitverlauf deutlich: Konsument\*innen wählen zuerst haltbare Lebensmittel und Getränke aus, während frische Waren wie Obst und Gemüse, sowie Backwaren als letztes ihren Weg in den Onlinewarenkorb finden. Diese Bedenken der Konsument\*innen sollten insbesondere zu Zeiten von Corona ein Ansatzpunkt für Händler und Hersteller sein, ihr Geschäftsmodell zu optimieren.

*Wörter der Meldung: 356*

*Zeichen der Meldung: 2.684*



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.

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

**Legende**

Onlinelebensmittelkäufer\*innen (OLMK)

*Daten und Grafiken aus dieser Pressemitteilung dürfen nur im Rahmen journalistischer oder redaktioneller Zwecke genutzt werden. Die werbliche und kommerzielle Nutzung sowie Aufbereitung für eine vertragsbasierte Weitervermarktung sind untersagt. Dies gilt insbesondere für Statistikportale.*

**Über die Studie**

Die IFH-Studie „Lebensmittel online – heute und 2030. Wie Kund\*innen den (Gesamt-)Markt in Bewegung bringen“ analysiert den Lebensmittelmarkt mit einem 360°-Blick auf Kunden-, Markt und Wettbewerbsseite. Mit besonderem Fokus auf den Onlinelebensmittelhandel werden unter anderem Einstellung und Verhalten rund um die Planung und den Kauf betrachtet und die weitere Entwicklung anhand von Szenarien abgebildet. Für die Studie wurden im Rahmen einer Onlinebefragung im November 2019 1.000 Lebensmittelkäufer\*innen zwischen 20 und 69 Jahren internetrepräsentativ befragt sowie zusätzlich 500 Lebensmittelkäufer\*innen aus Metropolregionen wie Berlin, Hamburg, München als Deep Dive-Stichprobe betrachtet.

Die Studie kann über den Onlineshop des IFH Köln bezogen werden: <http://www.ifhshop.de/Lebensmittel-online>

**Über das IFH Köln – Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter**

Als Brancheninsider liefert das IFH Köln Information, Research und Consulting zu handelsrelevanten Fragestellungen im digitalen Zeitalter. Das IFH Köln ist erster Ansprechpartner für unabhängige, fundierte Daten, Analysen und Strategien, die Unternehmen erfolgreich und zukunftsfähig machen. Durch die Betrachtung von Märkten, Kunden und dem Wettbewerb, bietet das IFH Köln einen 360°-Blick für die Strategieableitung bei handelsrelevanten Themen. In maßgeschneiderten Projekten werden Kunden bei strategischen Fragen rund um Digital-Strategien, bei der Entwicklung neuer Märkte und Zielgruppen oder bei Fragen der Kanalexzellenz unterstützt. Mit der Digital-Brand ECC Köln ist das IFH Köln seit 1999 im E-Commerce aktiv und bearbeitet Zukunftsthemen im Handel. Weitere Informationen unter [www.ifhkoeln.de](http://www.ifhkoeln.de)