

PRESSEMITTEILUNG

Lieferdienste für Lebensmittel - Städter lieben Onlineshopping

[Karte des Monats von Nexiga](#) zeigt die Affinität der Deutschen für den Online-Lieferservice von Lebensmitteln / Bewohner von Städten lassen sich gern bequem zu Hause beliefern / Ost-West-Gefälle erkennbar

Bonn, 1.12.2016_ Der regelmäßige Gang zum Supermarkt gehört für die meisten Deutschen zum Alltag. Eine Alternative dazu verspricht die Bestellung im Internet: Mittlerweile können Verbraucher ihre Bestellung bei einer Vielzahl von Anbietern bequem in einer App, egal zu welcher Tages- und Nachtzeit, aufgeben. Und auch das schwere Taschen schleppen entfällt, denn dank dieser Dienste kommt die Ware direkt nach Hause und das teilweise noch am selben Tag der Bestellung (Same-Day-Delivery, kurz SDD). Das zeigen auch aktuelle Marktzahlen: Demnach rechnet McKinsey & Company bis 2020 mit einem Marktvolumen von 3 Milliarden Euro. In Deutschland macht SDD aktuell gerade einmal 1 Prozent des Umsatzvolumens aus; in einigen Jahren soll dieser Wert auf 15 Prozent wachsen.

Städter lassen sich Lebensmittel liefern

Wie hoch die Affinität der Bundesbürger wirklich für Home Delivery von Lebensmitteln ist, hat Nexiga in der [aktuellen Karte des Monats](#) zusammengetragen. Auffallend ist, dass der Trend zum Lieferservice für Lebensmittel ein städtischer ist. Insbesondere in den Metropolen Berlin, Hamburg, Köln und München, aber auch in Großstädten wie Bremen Hannover, Düsseldorf, Frankfurt, Stuttgart und Nürnberg ist das Interesse an Home Delivery groß. Des Weiteren lässt sich ein Zusammenhang zwischen Kaufkraft und der Affinität zum Lieferservice entdecken, denn in Westdeutschland ist das Interesse höher als im Osten.

Auf dem Land hingegen – und vor allem in Süddeutschland (Bayern, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz) – ist der Bedarf eher gering. Ein möglicher Grund dafür: das mangelnde Angebot angesichts langer Wege und die dünne Bevölkerungsdichte.

Höhere Schulbildung = Home Delivery für Lebensmittel

Besonders Einwohner mit einer höheren Schulbildung, Familien mit kleinen Kindern oder Senioren sind eher offen für die Hauslieferung von Lebensmitteln und Produkten des täglichen Bedarfs. Eines eint alle Gruppen: Sie sind überwiegend deutsche Staatsbürger und stehen Online-Shopping, Warenproben und Produktneuheiten generell positiv gegenüber.

Welche Daten als Grundlage dienen

Grundlage der vorliegenden Karte bilden die Basisdaten von best4planning (b4p), die mit einer Fallzahl von mehr als 30.000 und der Erhebung von über 2.400 Marken und 120 Marktbereichen die umfassendste Markt-Media-Studie im deutschen Markt ist. Die

Ergebnisse dieser Studie hat Nexiga gezielt für die Kategorie „Home Delivery“ ausgewertet und entsprechend soziodemografischer und sozioökonomischer Faktoren auf die feineräumige Ebene der Postleitzahlen in Deutschland übertragen. Im Fokus dieser Karte steht die Affinität der Bevölkerung zum Thema „Lieferservice“. Diese Affinität ist als Index ausgedrückt, wobei der Wert 100 für ein für Deutschland durchschnittliches Interesse am Lieferservice steht. Werte über 100 weisen auf ein Interesse an dieser modernen Form der Versorgung hin. Entsprechend lassen Werte unter dem Basiswert 100 auf ein geringeres Interesse schließen.

Daten-Quellen: Daten aus der Markt-Media-Studie best4planning, Eigene Datenbank von Nexiga LOCAL® sowie eigenen Berechnungen.

Weiterführende Informationen:

<http://www.nexiga.com/geomarketing-blog/same-day-delivery/>

EHI-Studie [Lebensmittel E-Commerce 2016:](#)

<https://www.handelsdaten.de/handelsthemen/online-lebensmittelhandel>

<https://de.statista.com/themen/2052/lebensmittelkauf-im-internet/>

Über Nexiga

Die Nexiga GmbH ist Pionier und einer der Marktführer für Geomarketing. Mit der zunehmenden Integration von Geomarketing-Komponenten in den Geschäftsprozessen der Unternehmen unterstützt der Full-Service-Anbieter diese in der Planung und Bewertung von Standorten, Vertriebsgebieten, Zielgruppen und der Ermittlung von Marktpotenzialen.

Mit LOCAL® - der ganzheitlichen Geomarketing-Lösung - bietet Nexiga neben einer enormen Datenbasis auch die notwendigen Technologien für detaillierte und passgenaue Analysen: So beschreiben die hausgenauen Daten von LOCAL® Data Standorte anhand von Markt- und Geodaten samt branchenspezifischer Merkmale und liefern damit essentielle Inhalte für genaue Analysen über das Marktpotenzial sowie die Infrastruktur der Standorte vor Ort. Eine systematische Marketing- und Vertriebsplanung ist über die automatische Anreicherung von Datensätzen mit raumbezogenen Informationen durch die Geomarketing-Systeme von LOCAL® Systems möglich. Adressen werden schnell und präzise verifiziert, lokalisiert und dargestellt, so dass sie als Basis für die strategische Marktbearbeitung dienen. Werbe- und Marketingmaßnahmen sind mess- und planbar, weil genau ermittelt werden kann, wo potenzielle Neukunden zu erreichen sind. LOCAL® Competence rundet das Full-Service-Paket von Nexiga ab. Das erfahrene Expertenteam sorgt mit seiner langjährigen Erfahrung und dem gezielten Einsatz von umfassenden Analyse-, Planungs- und Berechnungsmethoden für eine zuverlässige Beratungskompetenz.

Über Geomarketing

„All success is local“: Die räumliche Komponente spielt in der Wirtschaft eine herausragende Rolle und hilft Unternehmen, optimal und effizient zu steuern und strategisch fundierte Entscheidungen mit minimalem wirtschaftlichen Risiko zu treffen. Für die wirtschaftliche Betrachtung und Bewertung eines Marktes macht Nexiga räumliche Zusammenhänge nach den relevanten Parametern für die weitere Bearbeitung transparent und beantwortet zusätzlich durch exakte Geoinformationen und -daten die wichtige Frage nach dem „Wo“. Darüber hinaus gibt der Kompetenzführer für Geomarketing Unternehmen ergänzende Marktinformationen und -daten an die Hand, mit denen sie die für sich interessanten Gebiete nach wirtschaftlichen und soziodemographischen Gesichtspunkten, wie Kaufkraft, Alter, Wohnumfeld oder Produktaffinität noch besser und exakter einschätzen können. Auf dieser Basis erhalten Kunden eine optimale Planungsgrundlage für Up- und Cross-Selling-Maßnahmen sowie Neukundengewinnung.

Weitere Informationen unter www.nexiga.com

###

Kontakt Nexiga:

Ina Wagner, Senior Marketing Manager
wagner@nexiga.com

Pressekontakt:

Kathrin Hamann,
Senior Consultant PR, ELEMENT C
Tel.: 089 720 137 – 18
nexiga@elementc.de