

Zeitschrift: Zeitlupe : für Menschen mit Lebenserfahrung
Herausgeber: Pro Senectute Schweiz
Band: 84 (2006)
Heft: 4

Artikel: Der Supermarkt kommt nach Hause
Autor: Mettler, Rebecca
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-724221>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

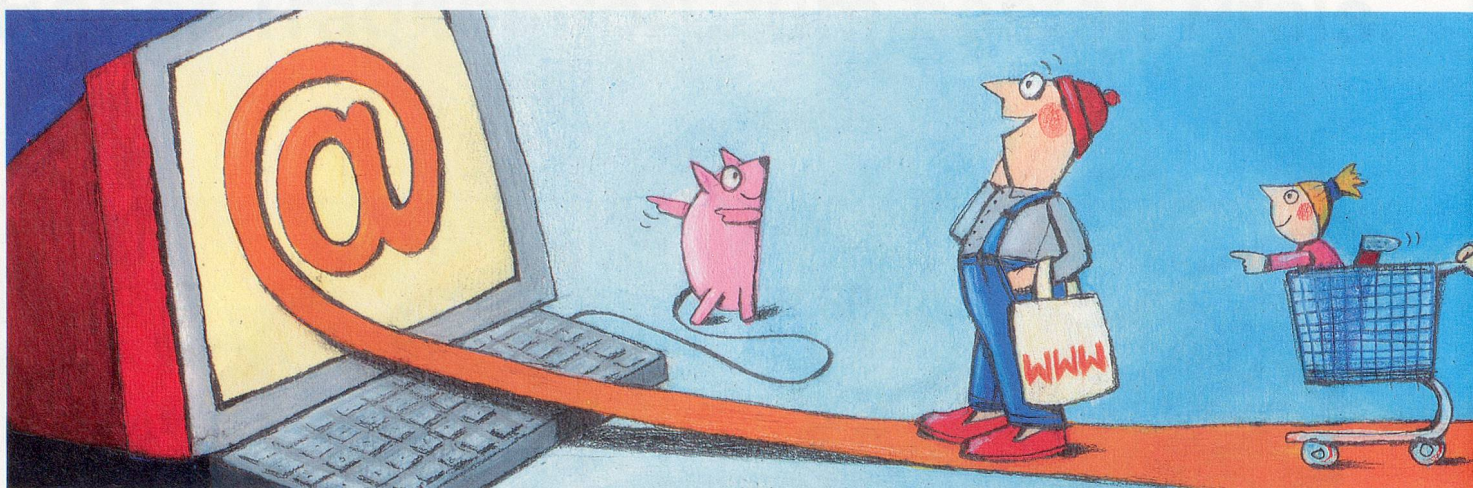
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Der Supermarkt kommt nach Hause

Um die Güter für den täglichen Bedarf einzukaufen, muss man heute gar nicht mehr aus dem Haus gehen. Lebensmittel können nämlich auch im Internet bestellt werden.

VON REBECCA METTLER

Das Internet hat viele Bereiche unseres Lebens revolutioniert. Der weltweite Informations- und Datenaustausch sowie die Kommunikation sind dadurch einfacher und schneller geworden. Auch für den Austausch von Waren wurde das Internet bald entdeckt. Für Geschäftsbetreiber liegt der Vorteil darin, dass ihr potentieller Kundenstamm dank des Internets um ein Vielfaches grösser ist. Nicht nur die Menschen in der näheren Umgebung des Geschäftes können so die Produkte kaufen, sondern all diejenigen, die über einen Internetzugang verfügen. Viele so genannte virtuelle Geschäfte vertreiben ihre Ware sogar nur über das Netz und verfügen über gar kein Ladenlokal mehr.

Was auch immer jemand kaufen möchte, es dürfte ziemlich sicher im Internet zu finden sein. Bücher gehören dort zu den am meisten verkauften Produkten, aber auch Kleider, DVDs oder elektronische Geräte werden häufig online bestellt. Gemäss einer Umfrage des

Marketingunternehmens ACNielsen vom September 2005 haben in Deutschland, Österreich und Grossbritannien je etwa 95 Prozent der Internetnutzer bereits mindestens einmal via Internet eingekauft. In der Schweiz kaufen 88 Prozent online, wobei davon wiederum 64 Prozent innerhalb des letzten Monats auf diesem Weg etwas erworben haben.

Der Detailhandel hat seine Aktivitäten seit ein paar Jahren ebenfalls auf das Internet ausgeweitet. Die beiden grössten Lebensmittelketten Coop und Migros bieten einen Teil ihres Sortiments zu denselben Preisen wie in den Läden auch online an und beliefern einen Grossteil der Schweizer Bevölkerung.

Frischprodukte sind am beliebtesten

Coop-Produkte können seit August 2001 im Internet bestellt werden. Der Online-Shop von Coop ist ein komplettes Supermarktsortiment mit rund 4000 Artikeln. «Das entspricht etwa einem Coop-Laden mit vier Kassen», erklärt Rolf Zeller, Leiter des Online-Shops. Am beliebtesten sind Frischprodukte, allen voran Bananen.

Migros arbeitet seit Januar 2004 mit dem Online-Anbieter LeShop zusammen. Insgesamt werden dort 7500 Artikel angeboten. Neben Textilien, Bijouterie und Drogerieartikeln sind dies Marken- und Migros-Produkte. Auch bei LeShop werden Frischprodukte laut Dominique Locher, dem Marketing- und Verkaufsverantwortlichen von LeShop, am häufigsten bestellt. «Unter den dreissig am meisten verkauften Artikeln sind 28 Frischprodukte», präzisiert er.

Das Einkaufen funktioniert bei beiden Betreibern nach demselben Prinzip. Das Angebot ist jeweils in verschiedene Kategorien wie Früchte und Gemüse, Getränke und Tiefgekühltes unterteilt. Klickt man auf diese Kategorien, werden weitere Untergruppen angezeigt. Von dort gelangt man zu den einzelnen Produkten und deren Beschreibungen. Der Preis ist immer angeschrieben. Möchte man ein bestimmtes Produkt einkaufen, klickt man darauf, und es landet sofort im virtuellen Einkaufskorb. Dieser bleibt auf der rechten Seite des Bildschirms stets gut sichtbar. Darin wird jeder Arti-



ILLUSTRATION: KARIN NEGELE

kel inklusive Preis und Menge gezeigt, den man bereits in den Einkaufswagen gelegt hat. Die Einkaufssumme wird jeweils neu berechnet und angezeigt. Artikel können dort auch jederzeit wieder entfernt werden. Findet man ein Produkt nicht gleich auf Anhieb, kann man mit Hilfe einer Suchfunktion den Internetshop nach dem gewünschten Artikel durchsuchen. Bei beiden Anbietern steht eine Anleitung zur Verfügung, welche die Funktionsweise des Internetshops erklärt.

Hat man seinen Einkauf beisammen, geht man zur virtuellen Kasse. Dort kann die gewünschte Zahlungsweise ausgewählt werden. Bei LeShop und Migros bezahlt man entweder per Kreditkarte, Rechnung oder über sein Postkonto. Coop bietet neben der Bezahlung mit der Kreditkarte auch die Barzahlung bei der Lieferung an. Für die Hauslieferung verlangt LeShop je nach Bestellmenge zwischen sieben und zwölf Franken. Wer bei Coop für weniger als 150 Franken bestellt, bezahlt zehn Franken Lieferkosten, beträgt der Einkauf mehr, liefert Coop kostenlos.

Ältere Leute schätzen den Kontakt

Anders als bei LeShop/Migros kann bei Coop auch telefonisch, per Fax oder per Brief bestellt werden. Zudem verschickt Coop auf Anfrage einen Katalog an Kundinnen und Kunden, die nicht über das Internet bestellen können oder wollen.

An guten Tagen kommen bei LeShop ungefähr 120 Tonnen an Produkten zusammen, das entspricht etwa 5000 gefüllten Einkaufswagen. Die durchschnittliche Bestellsumme bei LeShop beträgt rund 212 Franken, und Stammkunden

bestellen alle 10 bis 14 Tage. Bei Coop hat die durchschnittliche Bestellung einen Wert von etwa 190 Franken, und treue Kundinnen und Kunden bestellen alle zweieinhalb bis drei Wochen.

Es sind laut Dominique Locher von LeShop vor allem berufstätige Mütter oder Familien, die online einkaufen. Diese möchten ihre ohnehin knapp bemessene freie Zeit lieber anders als beim Einkaufen verbringen, ist er überzeugt. Abgesehen davon seien die heutigen Ladenöffnungszeiten nicht immer mit den Arbeitszeiten vereinbar.

Das Kundenprofil sei bei Coop dasselbe, sagt Rolf Zeller. Wie bei LeShop lassen sich auch bei Coop nur wenige ältere Leute Lebensmittel nach Hause liefern. Ihnen sei wohl die soziale Komponente des Einkaufens wichtig, vermutet Dominique Locher. «Ältere Leute nehmen unsere Dienstleistung erst im Notfall wahr. Sie sind sich gewohnt, die Einkäufe selber zu erledigen, und schätzen den sozialen Kontakt dabei», beobachtet auch Rolf Zeller. «Ohne diesen zu vernachlässigen, könnten sie sich etwa das Schleppen von schweren Produkten abnehmen lassen», meint er. Da bei Coop auch schriftlich oder telefonisch bestellt werden kann, zählt man dort doch einige Seniorinnen und Senioren zu den Kunden.

Der Online-Detailhandel ist zwar immer noch ein Nischenmarkt, aber einer, der zurzeit stark am Wachsen ist. So hat Coop 2005 beim Umsatz gegenüber 2004 um rund 60 Prozent zugelegt, und auch LeShop hat im Vergleich zum letzten Jahr 50 Prozent mehr Umsatz gemacht. Beide Betreiber erwarten für die Zukunft weitere Gewinnsteigerungen. Mit der hohen Anzahl von Internetanschlüssen in der

Schweiz sei die Grundvoraussetzung für den Siegeszug der Online-Supermärkte nämlich bereits gegeben.

Hinzu kommt, dass sich die klassische Familie verändert, da Frauen immer häufiger erwerbstätig seien. Nicht zuletzt erreichen diejenigen das Erwachsenenalter, die mit dem Internet gross geworden sind. «In England, das beim Online-Detailhandel am weitesten fortgeschritten ist, machen die Lebensmitteleinkäufe übers Internet etwa 1,4 Prozent des gesamten Detailhandelsumsatzes aus. In der Schweiz sind es momentan etwa 0,2 Prozent», erklärt Dominique Locher. Da kann der Handel noch einiges holen. ■

DIE GROSSEN IM VERGLEICH

Coop

Sortimentgrösse: 4000 Produkte.

Bestellungen: www.coop.ch, Telefon 0848 847 848 oder Fax 0848 847 849. Katalog kann angefordert werden.

Mindestbestellmenge: Keine.

Lieferkosten: Bis 150 Franken zehn Franken, darüber kostenlos.

Lieferung: Montag bis Samstag, Mittag/Nachmittag und Abend.

LeShop/Migros

Sortimentgrösse: 7500 Artikel, darunter Migros- und Markenprodukte sowie zusätzliche Boutiquen.

Bestellungen: www.leshop.ch oder www.migros-shop.ch

Mindestbestellmenge: 95 Franken.

Lieferkosten: Je nach Bestellmenge zwischen sieben und zwölf Franken.

Lieferung: Montag bis Freitag zwischen 17.30 und 20 Uhr. Samstags zwischen 7 und 11 Uhr.