

Frische Lebensmittel aus dem Online-Shop - Interview mit froodies (Partnerangebot)

☒ Lebensmittel online zu bestellen ist ein noch relativ unerschlossener Bereich des eCommerce. Doch es gibt immer mehr Menschen, die sich ihren gesamten Wocheneinkauf bequem nach Hause liefern lassen möchten. Genau an dieser Stelle setzt der Service von Froodies an.

Erfahren Sie von Geschäftsführer Lutz Preußners mehr über den Online-Handel mit Lebensmitteln.

Herr Preußners was hat Sie auf die Idee gebracht, froodies zu gründen?

Die Idee kam vor einigen Jahren auf, als mein Mitgründer und Geschäftsführer-Kollege Kai-Uwe Reimers den in New York sehr erfolgreichen Shop Fresh Direct entdeckte. Die Begeisterung für dieses Geschäftsmodell und die Tatsache, dass es ein vergleichbares Angebot in Deutschland nicht gab, war Anlass für uns, das Konzept für froodies zu entwickeln.

Wer bestellt bei froodies?

Einen großen Teil machen die Berufstätigen aus, die wenig Zeit zum Einkaufen haben, und junge Familien mit Kindern, für die ein Einkauf sehr stressig sein kann. Viele Bestellungen kommen außerdem von Unternehmen, die für ihre Mitarbeiter oder Besprechungen regelmäßig frisches Obst, Kaffee, Getränke uvm. bestellen. Insbesondere in unseren Liefergebieten in Dortmund, Münster, Düsseldorf und Wuppertal, in denen wir mit eigenen Fahrzeugen persönlich zur Wunschzeit ausliefern, bestellen unsere Kunden regelmäßig die Einkäufe für die gesamte Woche.

Welche Herausforderungen ergeben sich in Bezug auf die Beschaffung, Lieferung, Lagerhaltung und Logistik?

Hier muss man zwischen der persönlichen Lieferung und dem Versand unterscheiden. Bei der persönlichen Lieferung, die wir aktuell in 4 Städten anbieten, liefern wir sämtliche Waren des täglichen Bedarfs (frische und haltbare Lebensmittel, Getränke und Drogerieartikel) zur Wunschzeit.

Der Kunde hat hier die Wahl zwischen mehreren Lieferslots pro Tag, wer mittags bestellt, wird abends beliefert. Bundesweit versenden wir alles bis auf Tiefkühlprodukte und Getränkekisten über unsere Paketdienstleister DHL und DPD, wobei die Zustellung – je nach Versandart – am nächsten oder übernächsten Tag erfolgt.

☒ Unser Konzept unterscheidet sich im Bereich Beschaffung und Logistik insofern von den bisher unternommenen Versuchen, als dass wir auf ein dezentrales Konzept ohne eigene Warenlager setzen. Wir suchen wir uns vor Ort in den interessanten Städten Lebensmittelhändler, aus deren Markt heraus wir das Online-Geschäft betreiben. Die Kommissionierung erfolgt quasi „Just in Time“. Das heißt, wir gehen durch den Markt, greifen ins Regal und liefern die Bestellung aus bzw. packen diese ein und versenden sie dann.

Der entscheidende Vorteil ist, dass wir auf ein topfrisches, täglich aktualisiertes Sortiment zurückgreifen können. Und dem Handelspartner bieten wir mit unserem Shop einen komplett neuen Absatzkanal für seine Waren. Wir haben hier bislang sehr gute Erfahrungen mit EDEKA-Händlern gesammelt, weil hier einfach die Qualität stimmt, sind aber bei der Wahl unserer Handelspartner keineswegs festgelegt.

Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie momentan?

In unsere Zentrale in Düsseldorf arbeiten aktuell 5 Festangestellte, wobei wir hier in den kommenden Monaten weiteres Personal einstellen werden. An den dezentralen Standorten sind momentan etwa 25 Teilzeitkräfte, meistens Studenten, mit der Kommissionierung und Lieferung der Bestellungen beschäftigt.

Wie funktioniert die Lieferung von spezielleren Produkten wie beispielsweise Waren von der Kühltheke?

Momentan gibt es in Deutschland noch keine Logistikunternehmen, die einen Kühltransport im B2C-Bereich anbieten. Wir verwenden für kühlpflichtige Produkte spezielle Kühlboxen und Kühlmitteln, mit denen wir die Einhaltung der Kühlkette für bis zu 36 Stunden sicherstellen können.



Auch im persönlichen Liefergeschäft wird die Kühlkette zu keinem Zeitpunkt unterbrochen, so dass die Waren unsere Kunden immer in dem Zustand erreichen, als hätten sie gerade selber ins Kühlregal gegriffen. Dies wurde von Beginn an sehr gut von den Kunden angenommen. Wir waren selbst verwundert, wie selbstverständlich die Kunden auch Kühlprodukte, Obst und Gemüse und Produkte von der Frischetheke bestellt haben.

Produkte von der Frischetheke sind eine Besonderheit von foodies. Unsere Kunden können sich Fleisch und Wurst und Käse in der gewünschten Stückzahl bzw. dem Gewicht – wie sie es im herkömmlichen Supermarkt gewohnt sind – bestellen und dabei sogar die Scheibendicke der Steaks, wie beim Fleischer, individuell bestimmen.

Sie sind mit Ihrem Sortiment auch auf amazon.de vertreten. Wie wird das von den Kunden angenommen?

Im Juli 2010 ist amazon auch mit dem Bereich Lebensmittel gestartet, wir sind von Anfang an als Vollsortimentler und Premiumpartner mit dabei. Mit der bisherigen Entwicklung sind wir sehr zufrieden.

Im Versandbereich machen die Bestellungen, die über amazon hereinkommen, einen merklichen Teil aus. Für den Kunden ist es ein großer Vorteil, dass ihm der Bestellprozess bereits vertraut ist und sämtlichen Daten zur Kaufabwicklung bereits hinterlegt sind.

Was genau ist der Kochplaner?

www.kochplaner.de ist ein Online-Portal, auf dem ich mir einen Wochenplan mit sieben Gerichten erstellen kann. Wir haben Ende letzten Jahres eine Kooperation mit dem Kochplaner gestartet und bieten hier zum ersten Mal unsere neueste Entwicklung, die foodies Rezeptefunktion, an. Mit dieser Funktion ist es möglich, die Zutaten zu sämtlichen Menüs direkt per Mausklick zu bestellen und sich diese nach Hause liefern zu lassen.

Dabei kann ich alle oder nur die fehlenden Zutaten bestellen, die benötigten Mengen auf die gewünschte Personenzahl abstimmen und innerhalb einer Zutat zwischen unterschiedlichen Artikeln auswählen (bei Tomaten bspw. zwischen Fleischtomaten, Cherrytomaten und Rispentomaten). Ein echter Mehrwert für alle Kochbegeisterten, die sich voll und ganz auf die Zubereitung konzentrieren und sich den lästigen Einkauf sparen möchten.

Wie wird sich Ihrer Meinung nach der eCommerce Markt für Lebensmittel in Zukunft entwickeln?

Wir sehen die derzeitige Entwicklung derzeit positiv. Es tut sich auch einiges: Real hat bereits Abholstationen eingerichtet und auch Rewe hat vor kurzem nachgezogen. Es passiert unheimlich viel, obwohl der Markt noch lange nicht erschlossen ist. Aber das Bewusstsein der Kunden ändert sich mehr und mehr, es ist insgesamt momentan eine sehr spannende Zeit

Welche Werbewege zählen in Ihrem Marketing-Mix zu den erfolgreichsten?

Im Bereich des Marketings sind die erfolgreichsten Maßnahmen die Weiterempfehlungen unserer zufriedenen Kunden, die wir auch gerne incentivieren. Online funktionieren Affiliate Marketing und SEM am besten.



Gibt es technische Besonderheiten, auf die Sie besonders stolz sind?

Wir haben uns bei der Shopsoftware bewusst für eine Eigenentwicklung entschieden. Zunächst haben wir uns die Lösungen angesehen, die auf dem Markt vorhanden waren und sind dann schnell zum Schluss gekommen, dass eine Eigenkonzeption der richtige Weg für uns ist – zumal auch die Kompetenzen in den Bereichen Entwicklung und Programmierung bereits im Gründerteam vorhanden waren.

Außerdem war uns wichtig, eine Software zu entwickeln, die auf die Besonderheiten des Handels mit Lebensmitteln abgestimmt ist. Wir sind mit unserer Lösung sehr zufrieden, denn wir können hier

schnell und einfach zusätzliche Module, wie beispielsweise die Rezeptfunktion, integrieren, was in der Form mit einer Standardlösung nicht ohne weiteres möglich wäre.

Was macht Sie als Unternehmen aus?

Wir sehen uns als klassisches Start-up Unternehmen, was sich in Bezug auf flexible Strukturen und interessante Aufgabengebiete mit hoher Eigenverantwortung bemerkbar macht. Außerdem sind uns flache Hierarchien wichtig, was es auch für unsere Mitarbeiter sehr spannend macht, bei froodies zu arbeiten.

Unser Ziel ist es, dem Markt für Online-Lebensmittelbestellungen zum Durchbruch zu verhelfen und einer der führenden Anbieter in diesem Bereich zu werden. Wir sehen hier ein riesiges Wachstumspotenzial, da der Anteil von Online-Bestellungen im Bereich Lebensmittel momentan deutlich unter 1% beträgt und Prognosen in Zukunft einen Anteil von 3-4 % als realistisch sehen. Dies würde gemessen am Gesamtvolumen einen Umsatz von 4-6 Milliarden € bedeuten..

Welche Zahlungsarten bieten Sie an?

Hier unterscheiden sich die angebotenen Zahlungsarten je nach Lieferart. Beim Versand bieten wir Vorkasse, Sofortüberweisung, PayPal, Kreditkarte und für Unternehmen den Kauf auf Rechnung an. Im Liefergeschäft bieten wir statt Vorkasse zusätzlich die Zahlung per EC-Cash an.

Wir sind hier die Erfahrungen?

Das Volumen verteilt sich relativ gleichmäßig auf die verschiedenen Zahlungsarten, wobei wir speziell bei PayPal große Steigerungsraten feststellen, seitdem wir Anfang des Jahres damit gestartet sind. Aber auch Sofortüberweisung und Vorkasse, bei denen der Kunde in Vorleistung tritt, werden stark genutzt, was wir auf das gesteigerte Vertrauen in Online-Zahlverfahren generell und speziell das Angebot des Trusted Shops Käuferschutzes zurückführen.

Gibt es ein Produkt, das Sie besonders empfehlen können?

Wir können im Prinzip dem Kunden, für den der Einkauf im stationären Supermarkt eine lästige Pflicht im Alltag ist, das gesamte Rundum-Sorglos-Paket bieten. Der Kunde kann neben der Ananas und dem Steak auch sein Waschpulver oder die Kiste Wasser bei uns bestellen. Daneben bieten wir auch Produkte an, die ein Kunde in seiner Region nicht erwerben kann. Ein Beispiel ist der „Böcker-Spezialtropfen“ ein regionaler Kräuterlikör aus unserem Dortmunder Sortiment, der sich in ganz Deutschland großer Beliebtheit erfreut.

Was haben Sie selbst zuletzt online bestellt?

Ich habe zuletzt ganz klassisch ein Buch über Amazon gekauft, und dabei Amazon Prime getestet. Eine wirklich tolle Idee, die wir in ähnlicher Form vielleicht auch mal bei froodies anbieten werden.