



Famila goes Internet: www.mytime.de bietet 31.819 Food-Artikel, darunter 837 tiefgekühlte.

Website-Ausschnitt: www.mytime.de

Tiefkühl-Shops im Netz

Marktübersicht Online-Lebensmittelhändler: Zahlreiche verschiedene Geschäftsmodelle und Angebote bestimmen noch den Markt der online gehandelten Lebensmittel.

Sie sind noch jung und trotzdem zum Teil schon richtig erfolgreich – und vor allem wachstumsstark: Online-Shops mit Tiefkühlkost. minus 18 schaute sich im deutschen Netz um – ein Marktbesuch, für den wir diesmal das Büro nicht einmal verlassen haben.

Vollsortimenter oder Spezialisten. Regionaler oder deutschlandweiter Vertrieb. Die Liste der Seiten, die im Internet Lebensmittel vertreiben ist fast so endlos wie das Internet selbst. Wer bereit ist, entsprechende Versandauf-

schläge und gegebenenfalls anfallende Gebühren zu zahlen, muss sich natürlich nicht einmal auf deutsche Anbieter beschränken. Ein Sonderfall ist dabei im Moment noch www.amazon.de. Auf dem dortigen sogenannten „Marktplatz“ können Firmen und Privatpersonen ihre Artikel anbieten. Dies wird auch jetzt schon von einigen Firmen aus der Lebensmittelindustrie – auch Unternehmen mit TK-Produkten – genutzt. Experten warnen jedoch vor diesem Angebot. Dem Pluspunkt einer vermeintlich weiten Reichweite und dem möglichen Profitieren von der großen Bekanntheit der Online-Plattform steht entgegen, dass Amazon so die Nutzer-

daten sammelt und das Einkaufsverhalten der Kunden genau studiert und analysiert, um so später das Geschäft möglicherweise selbst übernehmen zu können. Das Unternehmen weiß durch die Erfahrungen anderer genau, welche Produkte sich verkaufen, welche rentabel sind und welche Produkte beziehungsweise Produktgruppen eher als „Flop“ angesehen werden müssen.

Auch für den Verbraucher bietet die Plattform bei Amazon im Bereich Lebensmittel ihre Nachteile. So kann der Kunden hier zwar die unterschiedlichsten Lebensmittel kaufen, hat aber schnell drei verschiedenen Artikel von

drei verschiedenen Anbietern im Warenkorb und bekommt dementsprechend drei verschiedene Lieferungen, Rechnungen und zahlt dreimal Versandkosten. Dazu kommen noch zahlreiche Anbieter, die zwar deutschlandweit liefern, aber (noch) keine Tiefkühlprodukte im Angebot haben, wie etwa www.mykedi.de, www.bringmirbio.de, www.saymo.de, www.vegan-wonderland.de oder www.gourmondo.de. Wir stellen daher nur einige ausgewählte Player vor, die TKK jetzt schon in die Küchen der Verbraucher liefern.

Vollsortimenter, national:

www.mytime.de ist nach eigenen Angaben der größte deutsche Lebensmittel-Onlineshop. Das Versandangebot

der Bunting E-Commerce GmbH aus Oldenburg, eine Tochtergesellschaft der Bunting Unternehmensgruppe aus dem ostfriesischen Leer, ist seit April 2012 am Markt. Über 30.000 Produkte insgesamt bietet das Unternehmen an, darunter fast 800 Tiefkühlprodukte in den Kategorien „Obst“, „Gemüse & Kräuter“, „Kartoffelprodukte“, „Fisch & Meeresfrüchte“, „Fleisch, Geflügel & Wild“, „Pizza & Fertiggerichte“, „Brötchen & Baguette“, „Kuchen & Torten“ und „Eis & Desserts“. Hierbei werden sowohl Eigenmarken als auch Produkte bekannter Markenartikler angeboten.

Deutschlandweit ist tagsüber eine Lieferung zum Wunschtermin möglich, in einer zunehmenden Zahl von Städten bietet das Unternehmen darüber hinaus eine Lieferung in den Abendstunden bis 22 Uhr an. Die Lieferung von Frische- und Tiefkühlprodukten erfolgt prinzipiell immer im 24 Stunden-Express-Versand. Bei Belieferung mit Tiefkühlprodukten erhebt das Unternehmen jedoch einen „Frische-Aufschlag“ von maximal 4,99

Euro. Das Besondere daran: Mit jedem weiteren TK-Artikel kann der Kunden diesen „Frische-Aufschlag“ senken, denn der „Frische-Aufschlag“ wird in Abhängigkeit von der Befüllung der Frischbox erhoben. Bemessungsgrundlage für die Berechnung ist das Volumen eines Frische- oder Tiefkühlartikels im Verhältnis zum Volumen der Frischbox. Sobald ein Produkt in den Warenkorb gelegt wird, reduziert sich der Wert des Aufschlags. Kosten für den „Frische-Aufschlag“ entstehen nur bis zu einem Füllgrad unterhalb von 60 Prozent. Geliefert werden alle TK-Artikel in Styroporboxen, die mit Trockeneis auf der erforderlichen Temperatur gehalten werden. mytime.de hat hierfür ein umweltschonendes Pfandsystem eingeführt. Für jede Styroporbox erhebt das Unternehmen eine Pfandgebühr von fünf Euro. Der Kunde kann die Styroporboxen später kostenfrei zurücksenden.

„Die Entwicklung wird von Bestellvolumen und Auftragseingängen her die nächsten Jahre weiter ständig steigen“,

Aus Oldenburg in die ganze Republik: Der größte Online-Lebensmitteleinzelhändler Mytime verschickt die Produkte gegebenenfalls als „Mehrkammer“-Paket mit Styroporeinsätzen für TK- und Kühlware.



Fotos: myTime



Die Food.de-Geschäftsführer Christian Fickert und Karsten Schaal liefern die bestellte Ware in Berlin und anderen Städten mit eigenen Fahrzeugen aus.

so Joosten Brüggemann, Geschäftsführer der Bunting E-Commerce GmbH. Bereits jetzt verzeichne mytime.de eine Quote von Wiederbestellern von 50 bis 60 Prozent. Der Durchschnittsbetrag liege bei 60 bis 70 Euro pro Bestellung. „Stammkunden bestellen bei uns Lebensmittel von bis zu 200 Euro pro Einkauf“, so das Unternehmen.

www.bringfrisch.de wurde im Sommer 2013 gegründet und vereinbart nach eigenen Aussagen „ein Supermarkt-Vollsortiment mit höchsten Qualitätsansprüchen und einer ausgeklügelten Lieferlogistik“. Derzeit wird ein Sortiment von rund 5.000 Artikeln angeboten aus allen gängigen Supermarktkategorien. Im Bereich der Tiefkühlkost werden die Kategorien „Backwaren“, „Fertiggerichte“, „Fisch & Fleisch“, „Gemüse & Kräuter“, „Pizza & Baguette“, „Pommes Frites & Co.“, „Eis“ und „Dessert & Kuchen“ angeboten. Bringfrisch.de ist eine Marke der Telsol GmbH aus Braunschweig. In der Heimatstadt liefert das Unternehmen mit einer eigenen Flotte. Die Kunden können zwischen drei Zeitfenstern wählen,

in denen die Lieferung zugestellt werden soll – zwischen 10 und 12 Uhr, zwischen 16 und 18 Uhr, oder zwischen 18 und 20 Uhr. Bestellungen bis 15 Uhr werden noch am gleichen Tage zugestellt. Für die Belieferung des restlichen Teils der Republik arbeitet das junge Unternehmen mit der DHL zusammen.

www.lebensmittel.de ist einer der ältesten Online-Shops in diesem Bereich. Bereits 1999 wurde doit24 gegründet, aus dem 2009 schließlich lebensmittel.de hervorging. Ende 2012 wurden zusätzlich noch mehrheitlich Anteile an dem Gourmet-Versandhandel **www.gourmondo.de** übernommen. Der Firmensitz befindet sich in Hannover, das Zentrallager in Dresden. lebensmittel.de bietet rund 24.000 Artikel an und verschickt diese per DHL und DPD an seine Kunden. In Berlin liefert die Gesellschaft mit eigener Flotte aus. Bei der Bestellung von Tiefkühlartikeln werden für den Kunden immer 4,90 Euro für den Kühleinsatz fällig. Das Sortiment der Tiefkühlartikel besteht sowohl aus bekannten Markenartikeln, wie auch aus Eigenmarken.

Vollsortimenter, regional:

www.food.de ist ein Online-Start-Up aus Berlin, das ein Vollsortiment aus über 16.000 Waren mit über 600 TK-Produkten der Kategorien „Backwaren“, „Eistruhe“, „Fisch & Meerestiere“, „Pizza“, „Torten“, „Pfannengerichte“, „Obst“, „Kartoffelprodukte“, „Kuchen“, „Gemüse“, „Fleisch“, „Kräuter und Gewürze“ bietet. Auch hier befinden sich neben bekannten Marken des LEH verschiedene Handelsmarken. Außerdem finden sich auch bekannte Unternehmen aus dem Bereich GV im Portfolio, wie etwa Salomon Foodworld. „Dabei orientiert sich das Design von food.de an Supermarktregalen und greift typische Einkaufsgewohnheiten der Nutzer auf“, so das Unternehmen. Die Endkunden ordern dabei auch regelmäßig TK-Ware wie das Unternehmen erklärte. Momentan liefert **www.food.de** noch nicht deutschlandweit, sondern bislang in 31 Städten, darunter Berlin, Frankfurt am Main, München, Leipzig, Hamburg, Düsseldorf und Köln. In Kürze will das Unternehmen seinen Service auf ganz Deutschland ausweiten.

food.de liefert mit eigenen Fahrzeugen, ohne Logistikpartner aus. Dabei stehen den Kunden werktags von 8 bis 22 Uhr sechs verschiedene Lieferfenster für eine Lieferung – auch am Tag der Bestellung – zur Verfügung. Pro Lieferung berechnet das Unternehmen eine Pauschale von fünf Euro, weitere Zuschläge für den Transport von Tiefkühlwaren werden nicht erhoben. Die Ware wird von den eigenen Lieferanten in Plastikboxen vorbeigebracht, die direkt wieder mitgenommen werden, so dass für die Verbraucher keinerlei Müll entsteht. Besonders erfreulich für das Unternehmen: „Die Vielzahl der Kunden erledigt den gesamten Wareneinkauf über food.de“, so das junge Start-up. Dies führe zu einem Durchschnittsbefindlichkeitsniveau eines durchschnittlichen virtuellen Einkaufskorb von rund 84 Euro. Insgesamt konnte das Unternehmen so nach eigenen Angaben Waren im Wert von einer Millionen Euro umsetzen. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet man in Berlin eine „deutliche Umsatzsteigerung“ und Umsätze „im hohen siebenstelligen Bereich“.

www.bringmeister.de ist der Online-Handel von Kaiser's Tengelmann und bereits seit 1997 am Markt. Im Moment wird zunächst nur in Berlin und München ausgeliefert, nachdem die Belieferung in Düsseldorf zum Ende des Jahres zunächst eingestellt wurde. Das Unternehmen arbeitet laut eigenen Angaben jedoch daran, das Liefergebiet kontinuierlich auszubauen. In jedem Lieferbereich wird ein individuelles Produktportfolio angeboten, was auch zu einer unterschiedlichen Verfügbarkeit von TK-Produkten führt. In Berlin sind rund 150 Artikel verfügbar, während den Kunden in München rund 220 Produkte aus der Tiefkühltruhe zur Verfügung stehen. Der Mindestbestellwert liegt bei 15 Euro. Die Liefergebühren betragen je nach Uhrzeit vier bis sechs Euro. Bei größeren Getränkelieferungen berechnet das Unternehmen einen Lieferzuschlag. Für die Lieferung kann ein zweistündiges Zeitfenster gewählt werden. Von Montag bis Freitag kann zwischen 9 und 21 Uhr geliefert werden; am Samstag von 9 bis 17 Uhr.



Bei Rewe kann der Online-Kunde zwischen abholen und bringen lassen wählen.

www.rewe-online.de bietet seinen Kunden ein Vollsortiment mit entsprechenden Artikeln aus der Tiefkühlindustrie an – bisher aber nur in bestimmten Städten und Regionen. Unter anderem in Hamburg, Düsseldorf, Köln, Berlin, Mannheim, Stuttgart, München, Homburg und im Großraum Frankfurt und Taunus steht das Angebot bereits zur Verfügung. Die Kunden können sich von Montags bis Samstags in verschiedenen Zeitfenstern zwischen 8 und 22 Uhr beliefern lassen. Je nach Zeitfenster werden drei bis sieben Euro Servicegebühr für jede Lieferung berechnet, die sich ab einem Warenwert von 150 Euro auf zwei Euro reduziert – unabhängig vom gewählten Zeitfenster. Der Min-

destbestellwert bei rewe-online.de beträgt 40 Euro ohne Pfand und Servicegebühren.

Außerdem gibt es zahlreiche lokale und regionale Anbieter, die nur in „ihrer“ Heimatregion aktiv sind, wie etwa die Bring 24 GmbH mit ihrem Portal www.bring24.com, die (bisher) nur im Großraum Köln liefert. Oder auch www.lofex.de, eine Seite der Konsumgenossenschaft Leipzig, www.emmasenkel.de für Düsseldorf, Essen und das gesamte Ruhrgebiet oder selbstständige Edeka-Kaufleute, die ihre Produkte auch im Netz anbieten, wie etwa unter www.edeka-lebensmittel.de, oder unter www.edeka24.de, ein Online-Shop, der von der Edeka-Südwest betrieben wird.

Spezial-Anbieter:

www.cottes.de: Vandemoortele präsentierte vor gut einem halben Jahr seine Endverbraucher-Seite in neuem Design und ergänzte die Seite durch einen Online-Shop. Vertriebsdirektor Robert Maaßen erläuterte den ungewöhnlichen Vorstoß: „Wir sind mit den ‚Pains Pérènes de Roland Cottes‘ seit Jahren sehr erfolgreich im gehobenen Foodservice-Segment und regional auch im LEH. Dadurch haben wir nach und nach eine große Endverbraucher-Nachfrage erzeugt, die wir nun auch per Versandhandel bedienen können.“ Das Unternehmen wolle gar nicht im großen

Stil in den Online-Handel einsteigen. Der Online-Brotshop sei vielmehr ein Angebot für erklärte Cottes-Fans, Gourmets und all jene Verbraucher, die das Unternehmen noch nicht bundesweit mit den Brotspezialitäten aus den Pyrenäen bedienen könne. Das Besondere daran: Die Waren werden tiefgekühlt verpackt und kommen dann aufgetaut zu den Verbrauchern. Dort gewinnen sie zwar durch ein paar Minuten im Ofen noch ein wenig an Rösch, nötig sei dies jedoch nicht. Vandemoortele sieht die Aktivitäten im Netz dabei nicht nur als zusätzliches Geschäftsfeld, sondern auch als Multiplikator für die Partner aus Gastronomie und Handel. „Wenn Sie so wollen, leisten wir uns hier auch Imagepflege – für das tolle Produkt und für all die Food-verliebten kreativen Partner, die damit arbeiten“, so Robert Maaßen. Auch für die Zukunft rechnet das Unternehmen mit Steigerungen im Online-Geschäft auf hohem Niveau.

www.otto-gourmet.de: Die im Jahr 2005 gestartete „Online-Metzgerei“ der Gebrüder Otto Gourmet GmbH aus Heinsberg beliefert Privatkunden und Gastronomen. Der Spezialversand mit dem Schwerpunkt exklusives Fleisch der Brüder Stephan, Wolfgang und Michael Otto zählt nach eigenen Angaben 2.500 Köche und rund 20.000 Privatbesteller zu seinen Kunden. Auch zehn der elf derzeitigen Drei-Sterne-Köche Deutschlands zählen nach Firmenangaben zu den regelmäßigen Bestellern bei Otto Gourmet. Ab einem Bestellwert von 150 Euro beliefert das Unternehmen seine Kunden kostenfrei. Bei Bestellungen, die unter diesem Wert liegen, wird eine Pauschale von 9,90 Euro fällig. Die Produkte werden in drei Zentimeter starken Styroporkartons mit Trockeneis verschickt.

www.bessershop.com: Der Online-Shop der Tiefkühl-Top-Service (TTS) GmbH aus Hilter. Neben seinem eigentlichen Geschäftsfeld bietet der Tiefkühl-Heimdienst auch die Bestellung über das Internet und eine Zustellung der Lieferung per DHL in einer speziellen Thermobox an. Einen Mindestbestell-



Frosta: Gesamtsortiment aus dem Netz.

wert verlangt das Unternehmen nicht und ab einem Gesamtbetrag von 40 Euro wird bereits versandkostenfrei geliefert. Bei einer niedrigeren Bestellmenge hat der Kunde aber immer noch die Möglichkeit, sich die Waren kostenfrei per Heimdienst bringen zu lassen. Die Produkte der Tiefkühl-Top-Service GmbH sind zudem über den „Amazon-Marktplatz“ verfügbar.

www.bofrost.de: Das Angebot des Heimdienstes Bofrost aus Straelen ist inzwischen bereits seit 14 Jahren im Netz. Der Kunde kann im Online-Shop seine gesamte Bestellung eingeben – durch ein Stöbern auf den Online-Seiten, durch gezieltes Suchen über die Suchfunktion oder durch direkte Eingabe der Bestellnummern aus seinem Produktkatalog. Diese wird an die zuständige Niederlassung weitergeleitet und durch den zuständigen Bofrost Verkaufsfahrer versandkostenfrei ausgeliefert. Ein verbindlicher Kauf der tiefgekühlten Produkte kommt erst durch den Verkaufsfahrer auf Grundlage des dann gültigen Katalogs zustande.

www.apetito-shop.de: Über 50 Jahre Erfahrung, über 3.200 Rezepturen für Menüs und Verpflegungskonzepte, über 1,3 Millionen Menschen, die täglich ein Essen von Apetito verzehren. Mit seinem Online-Shop bietet das Unternehmen aus dem westfälischen Rheine diese Erfahrung auch per Lieferung bis ins eigene Heim an. Schnell und einfach können die gewünschten Gerichte aus-

gewählt werden. Übersichtliche Menüleisten führen durch das umfassende Angebot; jedes einzelne der tiefgekühlten Gerichte ist mit Bild dargestellt. Damit die Tiefkühlkette nicht unterbrochen wird, liefert Apetito die Komplett-Menüs ausschließlich von Montag bis Mittwochs. Die Zustellung erfolgt in den darauf folgenden 24 bis 48 Stunden. Alle Bestellungen, die in der Zeit von Mittwoch 10 Uhr bis Montag 10 Uhr eingehen, werden am darauffolgenden Dienstag zugestellt. Alle Menüs sind in einer porzellanweißen Menüschale frisch versiegelt. Ein besonderes Angebot sind die „Wochenpakete“. Die Kunden können zwischen verschiedenen Menü-Sortimenten wählen und sich so die Mahlzeiten für eine gesamte Woche nach Hause liefern lassen. Angeboten werden Suppen, deftige Eintöpfe oder Hausmannskost nach traditionellen Rezepten mit Fisch, Fleisch, Gemüse, Beilagen und mit Soßen. Außerdem werden spezielle Menüs für Vegetarier und Menschen mit Gluten- beziehungsweise Laktoseintoleranz angeboten.

www.frostashop.de: „Das komplette Frosta Tiefkühlkost Sortiment – nur ein paar Mausklicks entfernt“, unter diesem Motto steht der Online-Shop der Frosta Tiefkühlkost GmbH aus Hamburg. Internationale Spezialitäten, Pastagerichte, traditionelle deutsche Küche, Pfannengemüse oder Suppen – Frosta stellt den Kunden in seinem Online-Shop sein gesamtes Portfolio tiefgekühlter Produkte zur Auswahl. Für die Aufträge, die mit DHL versendet werden, berechnet das Unternehmen 5,90 Euro pro Bestellung – ab einem Warenwert von 70 Euro entfallen diese Kosten für den Endkunden.

www.gosch-sylt.de: Bereits Anfang der 1990er Jahre stieg Jürgen Gosch in den Versandhandel ein. Heute liefert der Gosch Sylt Delikatessen Versand mit Hauptsitz in Eckernförde unter anderem tiefgekühlten Fisch und tiefgekühlte Fertiggerichte direkt bis in die Wohnungen der Kunden. Einen Mindestbestellwert gibt es nicht. Für den Standard-Versand in Deutschland werden 5,90 Euro berechnet. mb