

Tomatensalat per Mausklick

INTERNET: Wie heimische Unternehmen Obst, Gemüse und Spezialitäten am Bildschirm verkaufen

Während wir Computer, Bücher, Sofas und Küchenmaschinen längst schon im Online-Shop kaufen, mutet es auf den ersten Blick etwas seltsam an, frische Lebensmittel um Mitternacht am Laptop zu bestellen. Doch Südtirols Konsumenten und Händler lassen sich mutig auf das Experiment ein.

Wenn Jürgen Kerschbaum, Küchenchef im Hotel „Preidlhof“ in Naturns, das Menü für seine Gäste zusammenstellt, geht er nicht in den Vorratsraum, sondern setzt sich zunächst an den Computer. Was hätten wir denn da Feines...? Frische Salatgurken, heimische Erdbeeren, günstige Kartoffeln – auf einen Blick sieht Kerschbaum am Bildschirm, was sein Obst- und Gemüse-Lieferant zurzeit im Angebot hat, und mit wenigen Klicks schickt er die Bestellung direkt zum Unternehmen Fruma in Bozen Süd. Dort läuft sie als fertiger Bestellschein ein und kann umgehend bearbeitet werden. Ohne Stress, weil das Büro viel-

ONLINE-LEBENSMITTEL

Amazon und Otto steigen voll ein

Bücher, Spiele und vieles mehr hat Amazon bisher im Internet verkauft. Nun steigt der international tätige Onlinehändler ins Lebensmittelgeschäft ein. Seit Donnerstag können insgesamt 35.000 Produkte, von Gemüse über Fleisch bis zu Backwaren, online bestellt und am nächsten Tag an einer Packstation abgeholt werden.

Auch der für den Online-Handel mit Kleidern bekannte Otto-Versand will nach einem gescheiterten Versuch vor zehn Jahren erneut in den Handel mit Tomaten und Wurst einsteigen. Wann, steht noch nicht fest.

In Deutschland wurden 2009 laut „Süddeutscher Zeitung“ 20 Mrd. Euro im Online-Handel umgesetzt, auf Lebensmittel entfielen aber nur knapp 1,5 Prozent. WV



Nach wenigen Mausklicks sind sich Kunden und Anbieter einig: Fruma-Chef Franz Innerhofer kann die Online-Bestellungen direkt weiterverarbeiten und wertvolle Zeit gewinnen. Otto Ebner

leicht gleich schließen könnte. Ohne Missverständnis, weil der Küchenchef am Telefon nicht richtig verstanden wurde. Und vor allem ohne lange Diskussionen, was man denn als Alternative nehmen könnte, wenn von den Erdbeeren zu wenige da sind oder wenn es drei unterschiedliche Preisangebote bei den Kartoffeln gibt.

„Wir haben den Online-Shop in dieser Form vor rund einem dreiviertel Jahr im Zuge einer Neugestaltung unserer Website eingerichtet“, sagt Margareth Innerhofer. Ihr Mann, Fruma-Chef Franz Innerhofer, hatte die Idee zwar schon vor zehn Jahren gehabt und sogar umgesetzt. Doch damals waren weder die technischen Möglichkeiten ausgereift noch die Kunden mit den Vorteilen des Einkaufens im Internet vertraut. Das Projekt dümpelte vor sich hin, um vor einigen Monaten wieder neu durchzustarten. Mit überraschend hoher Resonanz. „Wir haben eine eigene Marketing-Stelle geschaffen, die für die Bearbeitung und Aktualität unserer Website sorgt. Rund fünf Prozent unserer Waren werden zurzeit schon über Online-Bestellungen umgesetzt“, zeigen sich Franz und Margareth Innerhofer zufrieden.

Als Großhandel arbeitet Fruma ausschließlich mit der Gas-

tronomie und Wiederverkäufern zusammen. „Vor allem die Köche schätzen es, wenn sie nicht während der Arbeit von uns am Telefon gestört und mit Angeboten oder Preislisten überhäuft werden, sondern wenn sie nach Feierabend oder am Nachmittag

matisch. „Deshalb weiß ich genau, was und wie viel ich bestellen kann, und dass es tatsächlich verfügbar ist“, nennt Küchenchef Jürgen Kerschbaum einen wesentlichen Vorteil gegenüber der herkömmlichen telefonischen oder E-Mail-Bestellung.

Der Obst- und Gemüse-Großhändler hingegen spart sich mit dem System langwierige Anrufe und das Schreiben der Bestellscheine. „Das danken wir den Kunden mit Preisnachlässen“, so Margareth Innerhofer.

Dass das Internet-Geschäft mit Lebensmitteln bei so großen Abnehmern wie Hotels oder Wiederverkäufern funktioniert, ist nachvollziehbar. Bei der Akzeptanz des Endkonsumenten kommen eher Zweifel auf. Welche Hausfrau tippt schon ein Kilo Karotten und sechs Tomaten in den Laptop, wenn sie das Mittagessen für ihre Familie im Laden nebenan „live“ erwerben kann?

Das Unternehmen Biokistl aus Lana macht jetzt dennoch die Probe aufs Exempel. In diesen Tagen wird der Online-Shop des für seinen Hauslieferservice bekannten Bioanbieters „so richtig aktiv“, wie Geschäftsführer Günter Rauch erklärt. Bestehende oder auch neue Kunden haben damit die Möglichkeit, ihre „Kistln“ mit biologischen Le-



„Rund fünf Prozent unserer Waren werden zurzeit über Online-Bestellungen umgesetzt.“

Margareth Innerhofer

entspannt vom Schreibtisch aus bestellen können“, weiß Franz Innerhofer.

Je nach Zone haben die Kunden bis 18 Uhr des Vorabends oder gar bis vier Uhr morgens Zeit für ihre Einkäufe, die dann am nächsten bzw. selben Tag ausgeliefert werden. Wird ein Produkt online in den Warenkorb gelegt, aktualisiert sich das Angebot am Bildschirm auto-