

## Pressemitteilung

### Den Onlinehandel als Chance begreifen

#### Öko-Hersteller für eine Verknüpfung mit neuen Absatzmärkten

Nürnberg/ Bad Brückenau, 17.02.2018

**Die Digitalisierung hat Einfluss auf alle Bereiche unseres Lebens. Längst sind Konzepte von regionalen Obstboxen über MyMuesli bis hin zu Amazon Fresh auf dem Vormarsch. Der Onlinehandel gewinnt immer mehr an Bedeutung, nicht mehr nur mit haltbaren, sondern auch mit frischen Lebensmitteln. Was heißt das für die Hersteller von Bio-Lebensmitteln? Darüber diskutierte die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AöL) mit ihren Gästen aus Wirtschaft und Forschung auf ihrem Podium "Lebensmittel per Mausklick - Wie der Onlinehandel die Bio-Hersteller-szene verändert" zur Biofach.**

„Die entscheidende Frage ist, wie wir unsere Inhalte in diese neuen Strukturen integrieren“, so der geschäftsführende Vorstand der AöL, Dr. Alexander Beck. „Wir dürfen nicht mit Angst auf Prozesse wie Konzentration und Ausdehnung – die schon immer stattgefunden haben – reagieren. Vielmehr sollten wir Chancen nutzen und Risiken minimieren.“

„Der Onlinehandel ist da, also müssen wir uns mit ihm beschäftigen“, sagt auch Nicole Stocker, Geschäftsführerin der Ludwig Stocker Hopfisterei GmbH. „Wir haben rund 160 Filialen im Münchner Raum und immer schon den direkten Kontakt zum Kunden gehabt. Der Weg ins Internet war damit gar nicht mehr so weit. Wir nutzen unseren Onlineshop, um unsere Filialen vor Ort zu stärken.“

„Wenn wir nicht selbst mit dem Kunden kommunizieren, dann tun es andere“, so die Vorsitzende der Geschäftsleitung bei Holle Baby Food, Anne Mutter. „Die größte Herausforderung für uns ist es, unsere Wärme in diesem digitalen Umfeld zu behalten und unsere Werte zu übermitteln.“

„Lebensmittel muss man immer noch in den Mund nehmen und schmecken“, so Bernd Drosihn (Geschäftsführer Tofutown.com GmbH). Das Problem sei vielmehr, überhaupt einen Zugang zum Kunden zu bekommen, der sich immer mehr ins Internet verlagert. „Die Bio-Branche ist momentan nicht so interessant für junge Leute, die im Internet unterwegs sind“, so Drosihn.

„Die Branche schaut oft darauf, was angeblich richtig ist und was nicht. Aber das kann ich dem Kunden gar nicht vorschreiben“, sagt Thomas Gutberlet, Geschäftsführer tegut...gute Lebensmittel GmbH & Co. KG. „Die wichtigste Frage ist vielmehr, ob wir unsere Stammdaten im Griff haben. Können wir selbst dem Kunden Informationen geben, die einen Mehrwert für ihn bedeuten?“

Dr. Andrea Grimm von der Fachhochschule Wiener Neustadt plädiert ebenfalls für eine Verknüpfung von alten und neuen Absatzkanälen. „Der Kunde wird immer mehr zum Prosumer. Er informiert sich selbst über ein Produkt und teilt das in seiner Community. Deswegen müssen bestehende Handelsmodelle und Unternehmensstrukturen überdacht werden.“

---

## **AöL Presseinfo \* Veröffentlichung honorarfrei \* Um einen Beleg wird gebeten \* 2.642 Zeichen**

Die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller ist ein Zusammenschluss von über 100 Unternehmen der Lebensmittelwirtschaft. Ihre europäischen Mitglieder erwirtschaften einen Bio-Umsatz von über 3 Milliarden Euro. Im Zentrum der Arbeit stehen die politische Interessenvertretung sowie die Förderung des Austauschs und der Kooperation der Mitglieder untereinander.

### **Pressekontakt:**

Anne Baumann

Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e.V.

Untere Badersgasse 8 | 97769 Bad Brückenau | Tel: 09741- 938 733 - 0

[anne.baumann@aoel.org](mailto:anne.baumann@aoel.org) | [www.aoel.org](http://www.aoel.org)