



Läden wie Alibaba's Hema zeigen wunderbar die Zukunft des Lebensmitteleinkaufs. Jetzt stellt sich die Frage, ob ein ähnlich nahtloses Omnichannel-Erlebnis im LEH hier erstens Sinn macht und zweitens überhaupt möglich ist?

Der LEH ist weltweit auf Innovationssuche

Der Lebensmittelhandel bemüht sich in vielen Ländern, mit passenden Online- und Offline-Konzepten die Käufer zu überzeugen. So bietet die mexikanische Lebensmittelkette Soriana Millionen von Kunden kostenloses WLAN in 824 Geschäften an, Lidl in Irland verkauft in den Filialen während der Feiertage Musikinstrumente. Auf dem US-amerikanischen Boden investieren Einzelhändler mehr in ihr E-Commerce-Angebot und verbessern gleichzeitig die Shopper Experience in den Standorten ([Wir berichteten hier über WholeFoods](#)).

In China werden derzeit einige der innovativsten Formate präsentiert. Der Einzelhandelssektor des Landes boomt mit großen Namen wie Alibaba und JD.com an der Spitze. Mit vielen digitalen Innovation wurde eine Lebensmittel-Szene geschaffen, die App-basiert Online- und Offline-Funktionen ideal kombiniert. Der Film zeigt in beeindruckender Weise, wie Alibabas Hema-Stores den Lebensmittelhandel in China verändern:



Mit dem Laden des Videos akzeptieren Sie die Datenschutzerklärung von YouTube.

[Mehr erfahren](#)

Video laden

YouTube immer entsperren

Es wird Zeit, dass auch deutsche Einzelhändler einige Lehren aus Chinas Fortschritten im Einzelhandel ziehen. Das Argument, dass die chinesischen Shopper vollkommen anders sind, zieht nicht mehr wenn es darum geht, mehr Erlebnis und Kundenfokus an den PoS zu bringen.

Chinas Mittelklasse boomt

Chinas Lebensmittelindustrie ist stark von seiner Geografie, Kultur und einer Infrastruktur

geprägt, die sich stark von den anderen Ländern unterscheidet. Einer der Hauptkatalysatoren für das Wachstum des Einzelhandels in China ist seine blühende Mittelschicht. Laut einer Studie des Brookings Institute werden 88% der nächsten Milliarde Menschen, die in die globale Mittelschicht eintreten, aus Asien kommen, wobei China der Mittelschicht zwischen 2015 und 2022 schätzungsweise 350 Millionen Menschen hinzufügen wird.

Experten sind sich einig, dass der Aufstieg in die Mittelschicht neben dem höheren verfügbaren Einkommen auch eine Erwartung auf bessere Lebensmittelqualität mit sich bringt. Wie in dem Film zu sehen ist, stellt sich Alibaba auch jetzt schon sehr gut auf die zukünftigen Anforderungen ein. So gibt es eine Rückverfolgbarkeit nicht nur bis zum Erzeuger, sondern zugleich auch der Zugriff auf die Zulassungspapiere und Zertifikate.

Megastädte brauchen andere Strukturen

Darüber hinaus ist Chinas Lebensmittelindustrie einzigartig, weil die Bevölkerung so groß ist. Beispiel: In den USA gibt es nur neun Städte mit mehr als einer Million Einwohnern, in Deutschland sind es 4. In China hingegen gibt es aktuell 125 Städte mit mehr als einer Million Einwohnern, der E-Commerce explodiert in diesen Gebieten allein wegen der umständlichen individuellen Mobilität.

Das schnelle Wachstum der urbanen Räume hat das Wachstum der Lebensmittelbranche bei Weitem überholt. Zudem gab es dort keine großen Ketten, wie man sie aus Europa oder den USA kennt. Diese Situation ist ideal, um das Thema Lebensmitteleinkauf von Grund auf neu zu denken. Nichts anderes passiert mit den Hema Stores gerade. Der Booster des Ganzen hat aber auch eine weitere Auswirkung: Wegen des regionalen Charakters der Einzelhändler werden die eCommercer wie JD.com und Alibaba langfristig den LEH dominieren.

Jetzt sollten die Reisebusse, die bisher immer zum Silicon Valley gefahren sind, Kurs nach Osten nehmen und möglichst viele Retailer aus Deutschland an Bord haben. Es wird Zeit.