

So sieht das Shopping der Zukunft aus

An lange Schlangen, Abstandsregelungen, Plexiglasabsperrungen an der Kasse und Verkäufer mit Mundschutz haben wir uns mittlerweile gewöhnt. Doch wird das jetzt zum Standard, auch wenn das Schlimmste der Pandemie überstanden ist? Wie wird es sich in Zukunft anfühlen, einzukaufen?

Experten sind sich sicher: An Abstandsregelungen und Einlassbeschränkungen müssen wir uns wohl gewöhnen, viele der aktuellen Maßnahmen werden weiter Bestand haben. Zudem müssen wir uns wohl oder übel mit folgenden Dingen anfreunden:

- **Weniger Platz:** Gut möglich, dass viele Läden Ihre Flächen künstlich verkleinern. Der Grund liegt auf der Hand: Ein verdichteter Einkaufsbereich macht es für die Mitarbeiter einfacher, die Desinfektionsregeln einzuhalten.
- **Weniger Service:** Ladengeschäfte reduzieren die Anzahl von Verkäufern und anderen Mitarbeitern. Viele arbeiten beispielsweise im Schichtbetrieb. Das kann helfen, Infektionen unter den Mitarbeitern zu verhindern. Je nach Laden gibt es nach dem Warten in der Schlange vielleicht auch eine Einzelbetreuung oder überhaupt keine Beratung mehr.
- **Feste Termine:** Damit es in den Läden nicht zu voll wird, ist es gut möglich, dass du einen Termin vereinbaren musst, um beraten zu werden. Einige Shops haben auf Ihren Internetseiten bereits damit begonnen, Grafiken mit Kundenfrequenzen zu platzieren. So kannst du sehen, wann erfahrungsgemäß wenige Kunden vor Ort sind.



Online-Shopping boomt – auch für Lebensmittel

Unterm Strich wird das Serviceniveau je nach Geschäft stark variieren. So gut wie sicher ist aber auch, das lokale Einkaufen mehr Zeit und Nerven kostet, als wir es gewohnt sind. Dazu kommt das Risiko unter Menschen zu gehen und sich zu infizieren. Das wird noch mehr Leute zum Online-Shopping treiben. Selbst Menschen, die bislang nicht als Internet-affin galten. Selbst die Oma, die während der Krise mit ihren Enkeln geskypet und erstmals online eingekauft hat ist jetzt womöglich auf den Geschmack gekommen. „Vor allem ältere Menschen werden jetzt auf den Online-Handel aufmerksam, auch bei Lebensmitteln. Das wird bleiben. Die Leute gewöhnen sich daran und merken: Das funktioniert“, so die Prognose von Nils Zündorf, Chef Kölner Agentur factor-a.

Sogar Online-Supermärkte wie Rewe und Amazon Fresh, die hierzulande ein eher stiefmütterliches Dasein führten, erleben derzeit einen Boom. Es wird nicht nur gehamstert, sondern auch viel mehr online bestellt, um Menschenmassen in den

Supermärkten aus dem Weg zu gehen. Für Rewe, Deutschlands größten E-Commerce-Betreiber bei frischen Lebensmitteln, ist das ein klarer Trend. „Im Onlinehandel spüren wir eine deutlich gesteigerte Bestellintensität“, so ein Sprecher zur [Welt](#). Vereinzelt komme es sogar zu längeren Wartezeiten. Auch der Online-Supermarkt und Lieferdienst Picnic spürt die Folgen des sich ausbreitenden Virus. „Wir erleben aktuell einen Anstieg in der Nachfrage um fast 50 Prozent“, bestätigt Frederic Knaudt, Mitgründer und Deutschlandchef bei Picnic.

Fazit

Auf die lokalen Geschäfte kommen noch härtere Zeiten zu. Der Trend hin zum Online-Shopping beschleunigt sich weiter. Händler, die ihr Angebot nicht digital anpassen, werden es schwer haben, sich über Wasser zu halten.