



Online

NZZ Neue Zürcher Zeitung
8021 Zürich
044/ 258 11 11
www.nzz.ch

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
UUpM: 1'119'000
Page Visits: 10'421'399

Online lesen

Themen-Nr.: 284.005
Abo-Nr.: 3001556

Migros-Onlinehändler

Le Shop wächst weiter

4.7.2016, 07:18 Uhr

(sda) Die Migros-Tochter LeShop ist auch im laufenden Jahr weiter gewachsen. Der Umsatz des gemäss eigenen Angaben grössten Online - Lebensmittelanbieters legte im ersten Halbjahr um 4,6% auf 93,6 Mio. Fr. zu.

Präzisere Lieferzeiten, Gebietserweiterungen für die Tageslieferungen und der Ausbau des Abholstellennetzes hätten das Wachstum angekurbelt, teilte die Migros - Tochter am Montag in einem Communiqué mit. LeShop habe die Lieferzeiten in drei grossen Schweizer Städten weiter präzisiert.

In Genf und Lausanne können Kunden seit März zwischen vier kurzen Zeitfenstern ab 16.30 Uhr bis 21.00 Uhr wählen. Derselbe Service steht den Zürcher Kunden seit Oktober 2015 zur Verfügung. In über 40 weiteren Schweizer Städten gibt es zudem seit Oktober 2015 tagsüber kürzere Zeitfenster für die Lieferung.

Mit den zusätzlichen Zeitfenstern erreiche der Online - Supermarkt neue Kundensegmente, schrieb LeShop: Den Lieferservice am Abend nutzten Berufstätige, die abends spät nach Hause kommen oder Bewohner von Mehrfamilienhäusern, die ihre Einkäufe nicht deponieren lassen möchten. Der Tages - Lieferservice werde rege durch KMUs, Schulen und Krippen genutzt.

Mehr Abholstellen

Zudem wurde das Abholstellennetz ausgebaut. Neu beliefere LeShop 17 Abholstellen, nachdem es vorher 11 gewesen seien. Das Angebot werde ständig ausgebaut.

Überproportional seien die Verkäufe von Bio - und Alnatura - , Allergiker - , Diät - und Naturkosmetikprodukten gestiegen. Hier sei der Umsatz um 27% in die Höhe geschossen. Neun von zehn LeShop - Kunden hätten Bio - und/oder Alnatura - Artikel eingekauft.

Auch für die Zukunft zeigte sich LeShop optimistisch. Firmenchef Dominique Locher erwartet eine Beschleunigung der Entwicklung: Zurzeit würden in der Schweiz rund 1,8% der Lebensmittel online gekauft. Nur ein einziger Prozentpunkt mehr entspreche einem Umsatzwachstum von 470 Mio. Fr.