

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/55750/1637284/korrektur-lebensmittel-zeitung-otto-hat-lust-auf-lebensmittel> abgerufen werden.

Lebensmittel Zeitung

Korrektur: Lebensmittel Zeitung: Otto hat Lust auf Lebensmittel

25.06.2010 - 11:00 Uhr, Lebensmittel Zeitung

Frankfurt/Main (ots) - Die Meldung vom 25.06.2010, 8:00 Uhr, enthält zwei fehlerhafte Angaben. Im zweiten Absatz handelt es sich um den Konkurrenten Quelle, nicht um Otto.

Im vierten Absatz beträgt der Gesamtmarkt 150 Mrd. Euro, nicht wie angegeben 105 Mrd. Euro.

Es folgt die korrigierte Meldung:

Der Hamburger Versandhandelskonzern Otto erwägt einen Wiedereinstieg in den Verkauf von Lebensmitteln über das Internet. Dies berichtet die Lebensmittel Zeitung (Deutscher Fachverlag, Frankfurt am Main) in ihrer Ausgabe von Freitag, 25. Juni 2010.

Hans-Otto Schrader, Vorstandschef der Versandhandelsgruppe Otto, will nach der Pleite des Rivalen Quelle verstärkt in den immer wichtiger werdenden Absatzkanal Internet investieren. Dabei denkt Schrader sogar intensiv über einen Wiedereinstieg in den als schwierig geltenden deutschen Online-Markt für Lebensmittel nach. Der britische Handelskonzern Tesco dient dabei als ein Vorbild: "Tesco macht ein großartiges Geschäft. Mit dem richtigen Konzept geht das auch in Deutschland. Wir glauben an den Markt", so Schrader im Exklusiv-Interview mit der Lebensmittel Zeitung.

Das Vorhaben befindet sich noch in der Planungsphase. Schrader sucht derzeit nach einem "leistungsstarken, national aufgestellten Partner aus dem Lebensmittel-Einzelhandel". Der 53-jährige Manager setzt nicht nur auf die gestiegene Akzeptanz des Internets als Einkaufskanal, über den Otto inzwischen rund die Hälfte seines Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet. Die Hamburger glauben auch, aus den Fehlern der Vergangenheit gelernt zu haben. Und sie wissen: "Den meisten Ansätzen fehlt die nötige Marketing-Power. Die hätten wir", sagt Schrader.

Während in Deutschland inzwischen rund 33 Millionen Menschen jährlich für 15,5 Mrd. Euro Waren im Internet bestellen, fristen Lebensmittel hier ein Schattendasein. Der online erzielte Umsatzanteil erreicht an dem 150 Mrd. Euro schweren Gesamtmarkt gerade einmal 0,5 Prozent. Obwohl Umfragen immer wieder ein hohes Verbraucherinteresse bescheinigen, zeigen stationäre Filialisten wie Rewe, Edeka oder Lidl bisher wenig Engagement oder beschränken sich auf den Verkauf von Nonfood-Artikeln.

Weitere Details zu den Plänen von Otto sowie ein Interview mit Hans-Otto Schrader sind in der Ausgabe der Lebensmittel Zeitung vom Freitag, 25. Juni 2010 nachzulesen.

Kontakt:

Martin Mehringer, Redaktion Lebensmittel Zeitung / Telefon 069 7595-2516 / E-Mail Martin.Mehringer@dfv.de / Internet www.lebensmittelzeitung.net

25. Juni 2010

Pressekontakt:

Verlagsgruppe Deutscher Fachverlag
dfv Unternehmenskommunikation
Birgit Clemens
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt/Main
Telefon: 069 / 7595 - 2051
Fax: 069 / 7595 - 2055
E-Mail: presse@dfv.de

Originaltext:

Lebensmittel Zeitung

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/55750/lebensmittel-zeitung>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_55750.rss2