

Call for Participation and Save the date

## **Der Lebensmitteleinzelhandel in Krisenzeiten**

### **Chancen und Herausforderungen für die (digitale) Lebensmittelversorgung**

Viertes Online-Forum des Netzwerks Ernährungskultur (Esskult.net) am

18. Mai 2021, 15.00 bis 18.00 Uhr

Eindrücklich zeigte sich im Verlauf des vergangenen Jahres wie die Einschränkungen der Covid-19-Pandemie als externe Faktoren Einfluss auf unser Ernährungssystem nehmen. So veränderten sie unser Konsumverhalten: Was vorher in arbeitsnahen Kantinen und Restaurants, in der Schule oder Kita oder auch in anderen Einrichtungen der Außer-Haus-Verpflegung an Essen und Trinken konsumiert wurde, läuft nun in den eigenen vier Wänden zusammen. Daraus folgt, dass sich die Anforderungen und Ansprüche an die Geschäfte des Lebensmitteleinzelhandels, sei es nun der kleine Bio-Laden oder der Discounter um die Ecke, verschieben.

Vor allem, während der Lockdown-Perioden laufen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) ein Großteil der sozialen Kontakte außerhalb des Privathaushalts zusammen. Der Einkaufsort ist für einige mittlerweile der einzige Ort, der außerhalb der eigenen vier Wände besucht wird. Damit einhergehend wird das Konzept dieser Einkaufsorte auf eine besondere Probe gestellt. Es ist für uns alle wichtig, dass das Funktionieren dieser Einrichtungen für das Gesamtsystem Gesellschaft aufrechterhalten wird – es suggeriert Sicherheit in einer unsicher erscheinenden Gegenwart.

Die Lebensmittel-Umsätze insgesamt, also von Einzel- und Großhandel zusammen, haben sich nicht verändert, bestätigt der Lebensmittelverband Deutschland im Oktober 2020: „In der Summe haben wir nicht mehr umgesetzt unter Corona, weil wir das, was wir beim Endverbraucher gewonnen haben, in der Gemeinschaftsverpflegung verloren haben“ (ZEITOnline, 19.10.2020). Der LEH kann allerdings in der gesamten Zeit mit steigenden Umsatzzahlen aufwarten (II. Quartal 16,6 %, III. Quartal 8,4 %, IV. Quartal 8,9 %), vor allem aufgrund der geschlossenen Einrichtungen und Betriebe der Außer-Haus-Verpflegung. Doch wie wirken erhöhte Hygiene- und Sicherheitsauflagen darauf, wie und welche Lebensmittel eingekauft werden? Worauf achten die Konsument\*innen beim Einkauf, welche Produkte sind besonders nachgefragt? Und, welche Wert- und Normvorstellungen sind während der Krise wirksam bzw. wandeln sich?

Erste Studien zum Einkaufsverhalten belegen, dass sich die präferierten Einkaufsorte nur teilweise verschoben haben. Mehrheitlich wird noch im altbewährten Supermarkt oder Discounter eingekauft (Spiller et al. 2020). Vor allem im ersten Lockdown im Frühjahr 2020 wurden vermehrt Fertig- und Tiefkühl-Produkte gekauft. Aber auch bei Bio-Produkten konnte ein Umsatzplus erzielt werden. Ein Nebeneffekt des angepassten Privatkonsums ist, dass der Verpackungsmüll aus Kunststoff um zehn Prozent gestiegen ist (SZ, 08.06.2020).

Ebenso werden in den Studien auch die Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter\*innen im LEH, der Produktion oder auch der Logistik in den Fokus gerückt. Vor allem die Mitarbeiter\*innen sehen sich durch das ungewöhnlich hohe Arbeitsaufkommen einer starken Belastung und Ansteckungsgefahr ausgesetzt. Teilweise fehlen die helfenden Hände komplett, zum Beispiel in der Landwirtschaft, wenn nur noch ein Teil der Saisonhelfer\*innen einreisen kann, oder eben beim Sortieren und Verpacken in den Lagerhallen oder beim Lebensmitteltransport.

Um die kostbare Arbeitskraft zu schützen und so das System am Laufen zu halten, werden Abstandsregeln aufgesetzt, Kassierer\*in und Kundschaft durch Plexiglas-Wände getrennt und das Personal mit Masken, Wegwerfhandschuhen und Desinfektionsmitteln ausgestattet. Das Engagement der Mitarbeiter\*innen wird – vor allem zum Beginn der Krise – mit Dankeschön-Spots und Klatsch-Aktionen gewürdigt. Teilweise gibt es auch Bonus- oder Prämienzahlungen. Die Politik sichert die Notbetreuung der Kinder in Schulen und Kitas, damit das Personal in systemrelevanten Berufen weiterhin tätig sein kann. Doch hat sich die Wertschätzung langfristig gewandelt oder handelt es sich nur um eine temporäre Sympathiebekundung?

Im Zuge des allgemeinen Aufschwungs im stationären LEH konnte insbesondere der Onlinehandel von der Krise profitieren. Besonders zu Beginn des ersten Lockdowns stieg die Nachfrage nach Lebensmittellieferservices und es eröffnete sich ein Gelegenheitsfenster (Dannenberg et al. 2020). Zwar wurden in diesem Zuge die Betriebsstrukturen ausgeweitet, wie beispielsweise beim Unternehmen PicNic, doch gestaltet sich der Ausbau generell als ein langwieriger Prozess. Nicht nur die eigenen Betriebsstrukturen, wie Lagerkapazitäten, Logistikräume und -techniken müssen ausgeweitet, sondern ebenso die notwendigen Zuliefererstrukturen erweitert werden. Daher konnten viele Anbieter dem plötzlichen Ansturm auf ihre Angebote nicht nachkommen und mussten einen Kundenaufnahmestopp verhängen. Momentan ist noch unklar, ob sich der Trend zum Online-Lebensmittelhandel langfristig durchsetzen wird, oder ob allgemeine Gegebenheiten, wie der geringe Ausbau der digitalen Infrastruktur oder die Unrentabilität in ländlichen Räumen, diesem entgegensteht. Welche Anbieter haben die Chancen wie genutzt? Welche Modelle waren erfolgreich, welche eher nicht? Spannend ist ebenso ein Blick in die Zukunft: Welche Entwicklungen haben Potenziale für eine nachhaltige Versorgungszukunft? Wie können nachhaltige und regional-orientierte Ernährungskonzepte mit jenen zur Absicherung der Versorgung in Krisensituationen zusammen gedacht werden? Und wie werden digitale Angebote und Dienstleistungen sinnvoll integriert? Gerade für die schnelle Umstellung in Krisensituationen könnte ein erprobter flexiblerer Umgang mit den Räumen des Einkaufs hilfreich sein. Abhol- und Lieferservice-Angebote konnten sich vor allem in den Lockdown-Phasen vor Kundenanstürmen kaum retten. Vielleicht liegen gerade an diesen Schnittstellen Potenziale für innovative Kooperationen. Im Münchner Großhandelsmarkt gibt es beispielsweise einen neuen Drive-in für Obst- und Gemüse-Kisten sowie Feinkostangebote (Abendzeitung München, 17.11.2020).

Das Netzwerk Ernährungskultur lädt hiermit zum vierten Online-Forum in der Reihe ‚Ernährung in der Krise‘ ein. Themenschwerpunkt des vierten Forums ist der Handel mit Lebensmitteln, stationär und digital. Hierbei geht es um die Frage, wie sich der Ein- und Verkauf von Lebensmitteln in Corona-Zeiten verändert haben und welche Chancen die Krise für eine nachhaltige Transformation der Lebensmittelversorgung im Alltag bringt.

Wir freuen uns über Beiträge, die sich auf die bereits aufgeführten Fragen beziehen oder eine der folgenden Fragestellungen bearbeiten:

- Wie hat sich der Lebensmittelverkauf und somit auch der Einkauf verändert? Wer sind die Gewinner und wer die Verlierer der Krise?
- Inwiefern stellt die Krise den LEH vor besondere Herausforderungen, beispielsweise in Bezug auf ein nachhaltiges Wirtschaften und die Beschaffung nachhaltiger Waren?
- Hat die Corona-Krise (langfristige) Auswirkungen auf die Wertschätzung der Arbeiter\*innen und der Lebensmittel?
- Welche Chancen bietet die Krise für Verkaufspraktiken, die einen nachhaltigen Konsum forcieren, und welche Rolle spielt hier die Nutzung von digitalen Tools?

Wir laden Sie ein, mit sozial-, kultur- und wirtschaftswissenschaftlichen Impulsbeiträgen zum Thema ‚Der Lebensmitteleinzelhandel in Krisenzeiten. Chancen und Herausforderungen für die (digitale) Lebensmittelversorgung.‘ am vierten Online-Forum teilzunehmen.

Wir freuen uns über kurzentschlossene Abstracts für einen Impulsbeitrag (Umfang von max. 1 Seite) bis zum **23.04.2021** (rehaag@esskult.net).

Bitte melden Sie sich bei Interesse zudem über das Anmeldeformular auf unserer Homepage an.

### **Literatur**

Busch G, Bayer E, Iweala S, Mehlhose C, Rubach C, Schütz A, Ullmann K, Spiller A (2020): Einkaufs- und Ernährungsverhalten sowie Resilienz des Ernährungssystems aus Sicht der Bevölkerung: Eine Studie während der Corona-Pandemie im Juni 2020. Ergebnisse der zweiten Befragungswelle, Diskussionsbeitrag Nr. 2004 des Departments für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung der Georg-August-Universität Göttingen, August 2020.

Dannenberg P, Fuchs M, Riedler T, Wiedemann C (2020): Digital Transition by COVID-19 Pandemic? The German Food Online Retail. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 3, S. 543–560.