

Rewe und Lieferando: Chaos bei Online-Preisen und versteckte Kosten

Rewe bringt mit Lieferando ein neues, teures Lieferangebot, das Preisunterschiede von bis zu 36 % verursacht. Ursachen und Auswirkungen.

In der deutschen Lebensmittelbranche sorgt der Supermarkt RWE mit seiner neuesten Initiative für einiges Aufsehen. Die Kette hat ihr Lieferangebot erweitert und kooperiert nun mit dem bekannten Lieferdienst Lieferando, was zu einem verwirrenden Preisgefüge für die Kunden geführt hat. Ab sofort gibt es Lebensmittel über mehrere Plattformen zu unterschiedlichen Preisen, was für Konsumenten eine echte Herausforderung darstellt.

Bei diesem neuen Angebot werden die Waren in mehr als 40 Städten innerhalb von etwa 45 Minuten geliefert. All das geschieht jedoch nicht ohne einen Haken: versteckte Kosten, die das Einkaufserlebnis trüben. So wird das Produkt von Lieferando an die Kunden geliefert, aber nur, wenn der Mindestbestellwert von 20 Euro erreicht wird. Diese Maßnahmen können die Preisstruktur erheblich komplizieren.

Verschiedene Preisstrukturen und versteckte Kosten

Die neuen Möglichkeiten, die Rewe seinen Kunden bietet, sind vielseitig, aber alles andere als klar. Neben der Kooperation mit Lieferando bietet Rewe auch eine eigene Lieferdienst-Plattform an, die in den letzten Jahren gewachsen ist, und die Option, Bestellungen zur Abholung im Markt zu machen. Obwohl die

Zusammenarbeit mit Lieferando als innovativ gilt, ist die Realität oft frustrierend für die Nutzer, da die Preise über die verschiedenen Apps stark variieren können.

Ein pikantes Beispiel zeigt, dass der Preis für Alpro-Pudding über den Rewe-Lieferdienst bis zu 36 Prozent niedriger sein kann als bei Lieferando. Diese Preisunterschiede entstehen nicht nur durch unterschiedliche Abgaben und Gebühren, sondern auch durch eine Preisgestaltung, die intransparent erscheint. Da Rewe die Preisgestaltung bei Lieferando nicht einheitlich durchsetzt, können die Kunden sich oft nicht auf einen fairen Preis verlassen.

Die Mängel in der Preisgestaltung sind ein Ergebnis der unterschiedlichen Strategien innerhalb der Rewe-Gruppe. Einige Märkte haben selbständige Kaufleute, die ihre Preise individuell festlegen können, was zu einer weiteren Uneinheitlichkeit führt. Laut Berichten zeigen sich nur etwa 16 Prozent der Kaufleute bereit, in der günstigsten Preiskategorie zu agieren, während viele Händler die teuerste wählen.

Diese Differenzen im Preismodell ziehen nicht nur Frustration bei den Kunden nach sich, sondern werfen auch ein Licht auf die internen Richtlinien der Rewe-Zentrale, die eine einheitliche Preisgestaltung für verschiedene Marktplätze empfiehlt. Ob die Fakultät der Shop-Besitzer mit dieser Empfehlung übereinstimmt, bleibt fraglich und führt zu einem zunehmend differenzierten Bild im Einzelhandel.

Strategische Partnerschaften und Marktentwicklung

Die neue Partnerschaft mit Lieferando ist auch Teil von Rewes größerem Plan, seine Stellung im schnelllebigen Lebensmittelmarkt zu sichern. Clemens Uwe Bauer, der E-Commerce-Chef von Rewe, erklärt, dass diese Initiative dazu beiträgt, die Kette als Vorreiter in der schnellen Lieferung von Lebensmitteln zu positionieren. Gleichzeitig strahlt das

Unternehmen eine gewisse Unsicherheit aus, während es sich in einem Markt bewegt, der durch zahlreiche Wettbewerber geprägt ist.

Die Zusammenarbeit ist besonders bedeutend, da Rewe erhebliche Investitionen in Flink getätigt hat. Flink war kurz davor, als Vorreiter im Bereich des Schnelllieferdienstes einen Rückschlag zu erleiden, insbesondere nach dem Ausscheiden von Wettbewerbern wie Gorillas. Während der Markt sich wandelt und neue Akteure ins Spiel kommen, wird es für bestehende Spieler wie Rewe zunehmend wichtiger, sich anders zu positionieren.

Das Investment von Rewe in Flink, das 1,3 Milliarden Dollar an Risikokapital angezogen hat, zeigt das Bestreben des Unternehmens, in dieser Krisenphase für Wachstum zu sorgen. Dabei hoffen die Verantwortlichen, dass durch die Kooperation mit Lieferando mehr Bestellungen generiert werden können, wodurch Flink sich in einer besseren finanziellen Lage befindet. Diese könnte sich positiv auf Rewes Gabrielle auswirken.

Somit bleibt abzuwarten, wie sich diese Entwicklungen auf die Zukunft des Einzelhandels in Deutschland auswirken werden. In einem ständigen Wettkampf um die beste Lieferstruktur stehen Rewe und seine Konkurrenten unter Druck, rasch Lösungen zu finden, um auf die rapide Veränderung der Konsumgewohnheiten zu reagieren.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)