

Shopping-Chef LeShop.ch-CEO
Dominique Locher im Logistikzentrum
in Ecublens VD.



Die Migros-Tochter **LESHOP.CH** machts
möglich: Lebensmittelkauf im Internet,
Lieferung vor die Haustür. Doch was
passiert, wenn der Bestellbutton gedrückt
ist? Ein Tag hinter der Website.

Der Eink aufshelfer.ch

TEXT **MAREN MEYER**
FOTOS **MARCEL NÖCKER**

Der zweitwichtigste Mann in Sabine Köllikers Leben heisst Dominique Locher. Gesehen hat sie ihn noch nie. Obwohl er ihren Kühlschrank füllt – jede Woche. So hat die vierfache Mutter mehr Zeit für ihre Töchter Leandra, 7, Najomi, 3, Lauriane und Joëlle, beide 1, die ihre volle Aufmerksamkeit fordern. «Das erste Lebensjahr der Zwillinge war für mich und meinen Mann das anstrengendste unseres Lebens», sagt Kölliker, 35, und bahnt sich einen Weg durch die mit Kinderspielzeug verstellte Wohnung. In einer ruhigen Minute setzt sie sich, öffnet den Laptop und plant den Wocheneinkauf. Und das online.

Hier kommt Dominique Locher, 44, ins Spiel, denn seine Zielgruppe sind Familien wie die Köllikers. Er ist gross, blond und frischgebackener CEO des Online-Detailhändlers LeShop.ch. Neben seinen Kunden ist es eine Zahl, die ihn zum Strahlen bringt: 158,1 Millionen Franken. So hoch ist der Umsatz 2013 – 8,6 Millionen Franken mehr als im Vorjahr. Rekord! Locher hat den 1997 gegründeten Online-Supermarkt – seit 2006 Migros-Tochter – aufwachsen sehen. Im Jahr 2000 steigt er ins damals neue, unbekannte Geschäft ein, heute läuft der virtuelle Laden. «Wir hatten einen Traum, eine Vision», sagt Locher. Die Lebensmittelindustrie wollten sie innert weniger Jahre revolutionieren. In der Realität sehr schwer: «Der Verkauf von Lebensmitteln übers Internet ist die Königsdisziplin des Online-Handels.» Der Kunde wolle die Ware vor dem Kauf anfassen, anschauen, schmecken. Das sei eben nicht möglich, bedeute eine fundamentale Änderung des Konsumverhaltens.

Für Sabine Kölliker ist das kein Problem. «Mit vier kleinen Kindern im Supermarkt ist das Chaos.» Seit Jahren bestellt sie daher bei LeShop.ch. Mit dem Laptop, per Handy oder Tablet stellt sie unter LeShop.ch ihren Einkauf (Min- ►



Tütenschleppen ade! Sabine Köllicker bestellt für ihre fünfköpfige Familie.



Eingescannt Bevor die Pizza in der Box landet, wird sie von Ivo Serrano erfasst.



Überprüft Der digitale Einkaufszettel am Handgelenk zeigt die bestellte Ware.



Handarbeit Mit Scanner und Bestellnummer sammelt Elena Campos den Einkauf zusammen.



Abtransport Eddy Zamofing verpackt die Kisten fertig zum Verladen.



Auslieferung Tamara Stauber von der Post bringt die Bestellung vor die Tür.



Annahme Der Wocheneinkauf: Waschmittel, Pampers und Babynahrung.

„Die letzten dreieinhalb Jahre waren wie eine grosse Pfadi-Übung“

DOMINIQUE LOCHER

Kühlabteilung mit Pizzas und Gefrierkost (–28 Grad kalt ist es hier), und Amaral, in grüner Hose und grauem Shirt, prüft Obst, Gemüse und Blumen auf Frische. Gescannt wird auch hier. Sind die Tüten gefüllt, kommen sie zu Eddy Zamofing, 30, in die Auslieferung. Mit gekonnten Griffen umwickelt er rund 500 Kisten am Tag mit Schutzfolie. «Ich bin für diese Arbeit geboren.» Ab gehts in die über die Schweiz verteilten Distributionsbasen der Post. Auch nach Mägenwil AG.

Hier werden am Tag rund 300 Kisten nach Lieferort sortiert, verladen und an über 70 Kunden ausgeliefert. «Es ist kein Job, den man einfach so machen kann», sagt Tamara Stauber, 40, Gruppenchefin in der Basis. Denn oft würden schwere Produkte wie Flaschen bestellt, die bis vor die Wohnungstür geliefert würden. «Aber ich mache es gerne.» Es ist 16.30 Uhr. Los gehts! Die Route: Möriken, Wildegg, Auenstein. Zwischen 17 und 20 Uhr liefert die Post die Sendungen aus (ab Mitte März in Zürich auch vormittags). Über die Autobahn, durch Dörfer, über grosse und kleine Strassen fährt die Express-Post. Dann ein Feld und ein paar Häuser. Tamara Stauber steigt aus, klingelt. Als Sabine Köllicker die Tür öffnet, stürmen vier kleine Mädchen herbei und schreien: «Löscheli, Löscheli isch da!» ●

►destwert CHF 99.–) zusammen, klickt auf «Bestätigen» und bekommt alles am Folgetag ab 17 Uhr vor die Haustür geliefert. Einmal die Woche kommt der Grosseinkauf. «Löscheli isch da», schreien die Kleinen, als es an der Tür klingelt.

In Ecublens VD, in einem der zwei Warenlager von LeShop.ch, herrscht schon seit drei Uhr morgens Hochbetrieb. Frische Waren wollen angeliefert, Bestellungen abgearbeitet, Einkaufstaschen und Transportboxen gefüllt werden. In der grossen Halle reihen sich die Regale aneinander, mit Paletten beladene Gabelstapler fahren

umher, und Lebensmittel stapeln sich, sortiert nach Beschaffenheit: Trocken-, Frisch- und Kühlprodukte. Daneben findet sich alles, von Haushaltspapier über Spirituosen bis zu Spülmaschinensalz. Zur besseren Übersicht sind die Produkte in Zonen eingeteilt, die wiederum den 100 Mitarbeitern in Ecublens zugeteilt sind. Elisabeth Pereira, 43, ist Teamleiterin der Trockenzone (Pasta, Müesli, Kekse) und seit 2006 bei LeShop.ch. In ihrer Zone koordiniert sie 25 Mitarbeiter. Kommt eine Bestellung rein, beginnt das Tütenfüllen. Mit einem Bestellschein mit Nummer und einem Scanner an ihrem

Handgelenk erfasst Pereira den digitalen Einkaufszettel. Bevor sie ein Produkt in die LeShop-Tüte legt, scannt sie den Strichcode, um sicherzugehen, dass es das richtige ist (die Fehlerquote liege bei 0,04%). Mit einem Rollwagen saust sie zwischen den Regalen hin und her. Greift da in einen Karton, scannt hier eine Packung. Ist ihre Liste abgearbeitet, gehts weiter in die nächste Zone.

Bei LeShop.ch arbeiten 280 Mitarbeiter, auf zwei Warenlager in Ecublens und Bremgarten AG verteilt. Dazu kommt seit Ende 2012 das «Rail»-Angebot, das den Kunden erlaubt, ihre Bestellung an den Bahnhöfen Zürich,

Bern und Lausanne abzuholen. Sowie ein «Drive» in Studen BE, an dem der Einkauf auf dem Heimweg mit dem Auto abgeholt werden kann. «Im ersten Betriebsjahr hatten wir über 30 000 Abholungen von 5000 Kunden», sagt Locher. Im Herbst soll ein zweiter «Drive» in Stauf AG folgen. Doch was ein grosser Schritt für den CEO ist, ist, in Bezug auf den gesamten Lebensmittelmarkt gesehen, ein kleiner: Insgesamt macht der Online-Lebensmittelhandel ein Prozent aus. Doch Locher sieht Potenzial in der Nutzung des mobilen Internets: 70 Prozent der Schweizer Haushalte verfügen über ein Smartphone, 32 Prozent

der LeShop-Bestellungen werden darüber getätigt. Alles sei im Wandel. «Die letzten dreieinhalb Jahre waren wie eine grosse Pfadi-Übung», sagt Locher.

Ives Dasilva, 25, arbeitet in der Palettenzone. Mit Scanner am Handgelenk und Bestellschein in der Hand ist auch er unterwegs und sammelt den zweiten Teil der Bestellung zusammen, tut alles in eine grüne LeShop-Box. Sind die Kisten gefüllt, lädt er sie auf ein Förderband, das in Richtung Auslieferung fährt. Während Dasilva seinen Teil der Bestellung abarbeitet, tun Ivo Serrano, 27, und Pedro Amaral, 34, dasselbe. Serrano im Ski-Overall in der

LeShop.ch in Zahlen

Mitarbeiter 280
Regelmässige Kunden 50 000
Produkte 13 000 pro Lager (2)
Durchschnitts-Warenkorb 60 Produkte
Durchschnitts-Einkauf 240 Franken
Umsatz 2013 158,1 Millionen Franken