

Inhaltsverzeichnis

1 Hintergrund, Ziel und Aufbau des Buches	1
Literatur	8
2 Studien und Daten zum Online-Lebensmittelhandel: Pandemie als Beschleuniger, Wirtschaftskrise als Bremse?	15
Literatur	27
3 Online-Lebensmittelhandel in Deutschland – Anbieterseite	31
3.1 Marktvolumen und Marktentwicklung	31
3.2 Ausgewählte prototypische Player und deren Modelle	37
3.3 Herausforderungen, Chancen und Ansatzpunkte im Online-Geschäft mit Lebensmitteln	45
Literatur	52
4 Online-Lebensmittelhandel in Deutschland – Kundenseite	69
4.1 Lebensmitteleinkauf – eine Alltagsbeschäftigung mit vielen Facetten	69
4.2 Online-Lebensmitteleinkauf – Convenience per Click	73
4.3 Zielgruppen und Kaufanlässe beim Online-Lebensmitteleinkauf	76
Literatur	79
5 Online-Lebensmittelhandel in Deutschland – Sicht von Branchenexperten	83
5.1 Experteninterviews: Methodik, Vorgehensweise, Durchführung	83
5.2 Ergebnisse der Experteninterviews	85

5.2.1	Abgrenzung, Entwicklung und Charakterisierung des Online-Lebensmittelmarktes	85
5.2.2	Einschätzungen zur Anbieterseite	100
5.2.3	Einschätzungen zur Kundenseite	119
5.2.4	Auswirkungen auf den stationären Handel	132
5.2.5	Auswirkungen auf die Hersteller	136
	Literatur	140
6	Zusammenfassung, Fazit und Ausblick	143
	Literatur	149
Anhang 1	151
Anhang 2	153
Stichwortverzeichnis	167