

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 |