

Janina Reising

---

**Aus der Reihe: e-fellows.net stipendiaten-wissen**

e-fellows.net (Hrsg.)

Band 3534

## **Onlinehandel mit Lebensmitteln und seine Bedeutung für Onlineanbieter in Deutschland. Analyse von Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren**

Masterarbeit

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2018 GRIN Verlag  
ISBN: 9783346220585

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/899715>

**Janina Reising**

**Aus der Reihe: e-fellows.net stipendiaten-wissen**

e-fellows.net (Hrsg.)

Band 3534

**Onlinehandel mit Lebensmitteln und seine Bedeutung für Onlineanbieter in Deutschland. Analyse von Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

**Analyse von Erfolgs- und Misserfolgskfaktoren des Onlinehandels mit  
Lebensmitteln und deren Bedeutung ffr Geschftsmodelle von  
Onlineanbietern in Deutschland**

**Masterarbeit**

zur Erlangung des akademischen Grades Master of Arts im Fach „Medien und Gesellschaft“  
an der Universitt Siegen

Name, Vorname: Reising, Janina  
Semester: Sommersemester 2018  
Datum der Abgabe: 15.08.2018

**Inhaltsverzeichnis**

<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>IV</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b> .....	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	<b>VI</b>
<b>1 Einleitung</b> .....	<b>1</b>
<b>2 Geschäftsmodelle im Lebensmittelhandel</b> .....	<b>2</b>
2.1 Begriffsbestimmungen des Lebensmittel(online)handels .....	2
2.2 Strukturen und Organisationsformen des Lebensmittelhandels .....	4
2.2.1 Differenzierung traditioneller Geschäftsmodelle im Lebensmittelhandel .....	4
2.2.2 Differenzierung der Geschäftsmodelle im Lebensmittelonlinehandel .....	6
2.3 Eine Bestandsaufnahme der Strukturen und Akteure des Lebensmittelhandels .....	7
2.3.1 Deutschland .....	7
2.3.2 Frankreich .....	13
2.3.3 Schweiz .....	15
2.3.4 Großbritannien .....	17
<b>3 Analyse von Geschäftsmodellelementen des Lebensmittelonlinehandels</b>	<b>19</b>
3.1 Back-end-Fulfillment der Warenkommissionierung .....	19
3.1.1 Standort der Warenkommissionierung .....	19
3.1.2 Automatisierungsgrad der Warenkommissionierung .....	25
3.1.3 Integrationsgrad der Warenkommissionierung .....	26
3.2 Last-Mile-Distribution der Ware .....	27
3.2.1 Merkmale und Besonderheiten des Auslieferungsmodells (Home Delivery) .....	27

## II

3.2.2	Merkmale und Besonderheiten des „Click-and-Collect“-Modells .....	32
3.3	Geschäftsaktivitäten von Amazon in der Lebensmittelbranche .....	36
3.3.1	Relevanz von Amazon für den Lebensmittelonlinehandel.	36
3.3.2	Lebensmittelangebote von Amazon in Großbritannien, Deutschland und Frankreich .....	37
<b>4</b>	<b>Einflussfaktoren auf den Erfolg des Lebensmittelonlinehandels .....</b>	<b>39</b>
4.1	Allgemeine Rahmenbedingungen .....	39
4.1.1	Formen der Convenience .....	39
4.1.2	Gesetzliche Bestimmungen .....	42
4.1.3	Filialdichte stationärer Lebensmitteleinzelhändler .....	45
4.1.4	Datenschutz, Zahlungsmethoden und mobile Verfahren ...	46
4.2	Unternehmens- und branchenspezifische Aspekte .....	50
4.2.1	Kapazitäten des Unternehmens .....	50
4.2.2	Kostenaspekt .....	53
4.2.3	Mehrwert durch Marketing, Verkaufserlebnis und zusätzliche Services .....	55
4.3	Produktspezifische Aspekte .....	60
4.3.1	Art des Produkts .....	60
4.3.2	Sortimentspolitik, Angebot und Qualität .....	62
4.4	Distributionspolitische Einflussfaktoren .....	64
4.4.1	Lieferzeiträume .....	64
4.4.2	Wahl des Lieferstandorts .....	65
4.5	Kundenindividuelle Aspekte .....	69
4.5.1	Persönliche Merkmale und Haushaltsmerkmale der Verbraucher .....	69
4.5.2	Kognitive Faktoren der Verbraucher .....	70

### III

4.5.3	Neue Geschäftsmodelle zur Reduzierung der Transaktionskosten der Verbraucher.....	73
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung, Limitation der Ergebnisse und Ausblick .....</b>	<b>74</b>
5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	74
5.2	Limitationen der Ergebnisse.....	77
5.3	Ausblick auf den zukünftigen Lebensmittelonlinehandel .....	77
	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>79</b>

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1: Klassifikation der Unattended-Delivery-Methoden nach McKinnon und Tallam (2003, S. 32) .....	31
Abbildung 2: Klassifikation der Click-and-Collect-Modelle (Beck/Rygl 2017, S. 627; Hübner/Kuhn/Wollenburg 2016, S. 241) .....	34
Abbildung 3: Option zur Auswahl von Ersatzartikeln bei nicht vorrätigen Produkten (Rewe.de) .....	63

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Geschäftsmodell-Matrix von Lebensmittelonlinehändlern (vgl. <i>Dannenberg/Franz/Lepper 2016, S. 144</i> ).....	6
Tabelle 2: Onlineangebot bekannter traditioneller Lebensmitteleinzelhändler in Deutschland.....	9
Tabelle 3: Onlineangebot von Spezialanbietern für Lebensmittel.....	11
Tabelle 4: Lebensmittelangebot der bekanntesten Online-Pure-Player in Deutschland.....	12
Tabelle 5: Online Lebensmittelangebot von Logistikexperten in Deutschland.....	13
Tabelle 6: Onlineangebot führender Unternehmen im Lebensmittelhandel in Frankreich.....	15
Tabelle 7: Angebot der führenden Lebensmittelonlinehändler in der Schweiz.....	17
Tabelle 8: Übersicht ausgewählter Lebensmittelonlinehändler in Großbritannien.....	19
Tabelle 9: Entscheidungsoptionen bei der Warenkommissionierung im Back-end-Fulfillment (vgl. <i>Hübner/Kuhn/Wollenburg 2016, S. 234</i> ).....	20
Tabelle 10: Lebensmittelonlineangebote von Amazon in Großbritannien, Deutschland und Frankreich.....	38
Tabelle 11: Preisunterschiede der Lieferflatrates des Anbieters Rewe in Abhängigkeit der Dauer der Laufzeit und der Liefertage ( <i>Rewe 2018a</i> ).....	55