

Lebensmittelshops im Internet: Das letzte große eCommerce-Potenzial?

Eine Motiv- und Bedarfsanalyse zum Potenzial von Online-Lebensmittelshops in Deutschland inklusive Handlungsempfehlungen und Best Practices

Das Angebot an Lebensmitteln im Internet fristet in Deutschland bisher eher ein Nischendasein. Der Blick ins Ausland zeigt jedoch: Führende Anbieter haben Erfolg mit umfangreichen Onlineshops und Lieferangeboten. Sind die deutschen Verbraucher wirklich so anders in ihren Wünschen und Anforderungen? Gibt es nicht auch in Deutschland Potenzial für den Lebensmitteleinkauf im Internet?

Im Rahmen eines mehrstufigen Studiendesigns mit Gruppendiskussionen, Usability-Tests und einer Online Befragung ist das Forschungs- und Beratungsunternehmen phaydon | research+consulting in Kooperation mit der Lebensmittel Zeitung diesen Fragen auf den Grund gegangen.

Die Studie zeigt neben einer detaillierten Motiv- und Bedarfsanalyse eine Vielzahl von Best Practices auf, die als Vorlage für einen aus Konsumentensicht optimalen Lebensmittelshop dienen können.

Weitere Informationen zu Inhalt und Aufbau der Untersuchung finden Sie in dieser [Studienbeschreibung](#).



Studiensteckbrief

- Titel der Studie: "Lebensmittelshops im Internet: Das letzte große eCommerce-Potenzial?"
- Umfang: 87 Seiten
- Erscheinungsdatum: November 2008
- Lieferart: Druckexemplar
- Preis der Studie: Euro 98,-

Die Studie ist erhältlich im Shop der Lebensmittel Zeitung .