Appetit auf mehr: Trends und Treiber im Online-Lebensmittelhandel

April 2025

pwc

strategy&
Part of the PwC network

Die wichtigsten Daten im Überblick

17 %

der Ausgaben für Lebensmittel werden nach Selbsteinschätzung der Konsument:innen online ausgegeben.

Treiber der Entwicklung sind:

- Städtisches Wohnen
- Präferenzen der Konsument:innen
- Technologische Entwicklungen
- Neue Geschäfts-modelle

Herausforder-ungen sind:

- Kosten
- Lieferzeitfenster
- Sortiment
- Skepsis in Bezug auf die Qualität

52 %

sind **nicht** bereit, mehr für Lebensmittel aus dem Internet zu zahlen, als im stationären Geschäft.

38 %

sind **nicht** bereit, Liefergebühren für online bestellte Lebensmittel zu zahlen.

35 €

ist der durchschnittlich akzeptierte Mindestbestellwert für Lebensmittellieferungen.

18 Mrd. €

Marktvolumen wird der Onlinehandel mit Lebensmitteln bis 2030 in Deutschland unserer Prognose zufolge erreichen.

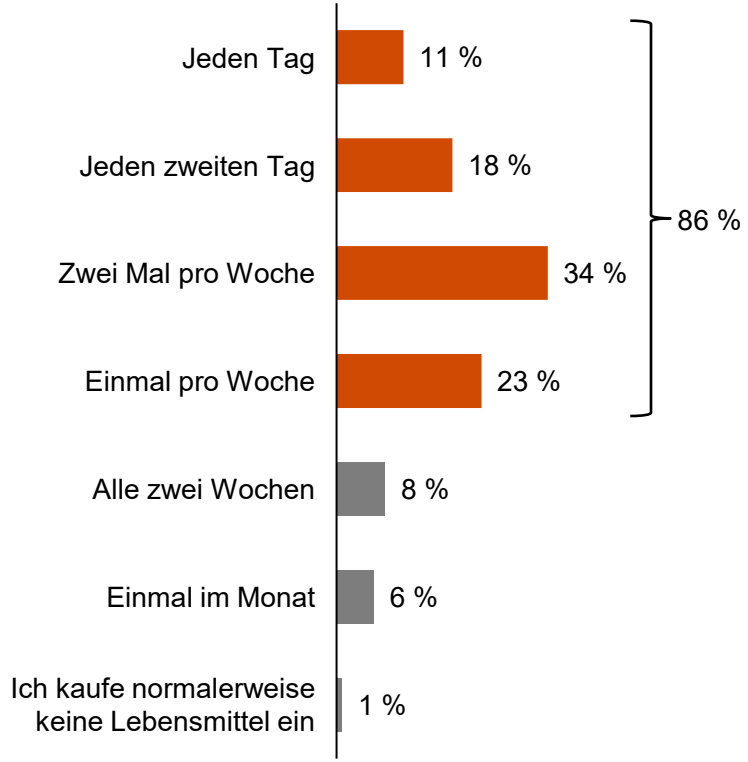
35 % vs. 43 %

Bei „Click & Collect“ scheiden sich die Geister: Mehr als ein Drittel der Konsument:innen sieht keinen Mehrwert in dem Service, während sich 43 % über Zeitersparnis und Flexibilität im Alltag freuen.

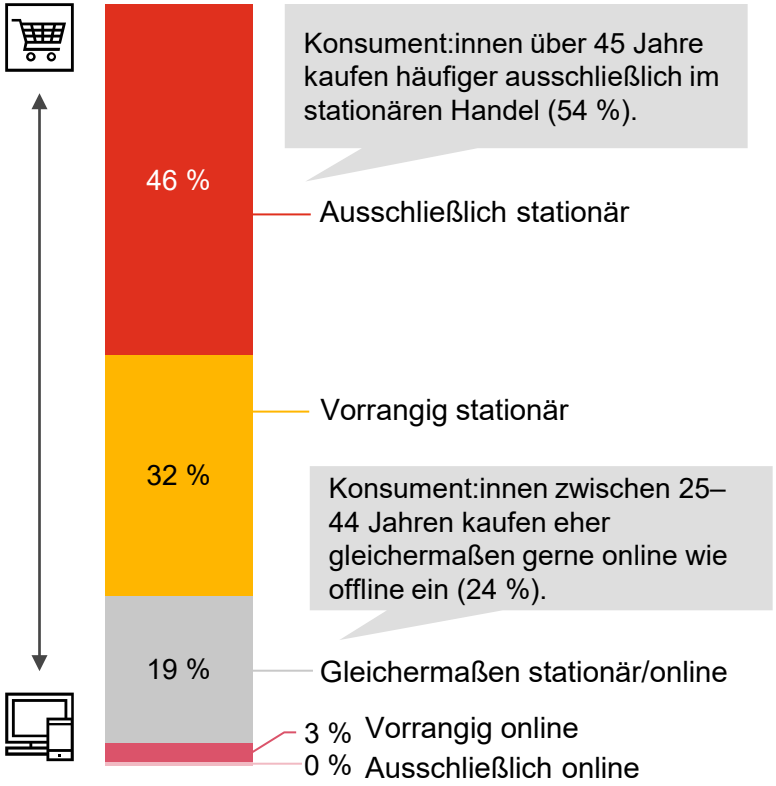
Quellen: PwC Umfrage zum Online-Lebensmitteleinkauf (DACH; N=1.500; national repräsentativ), GlobalData, HDE Online Monitor 2024, PwC-Analyse

Die meisten Konsument:innen kümmern sich mindestens einmal wöchentlich um den Lebensmitteleinkauf – und fast ein Fünftel der Ausgaben erfolgt online.

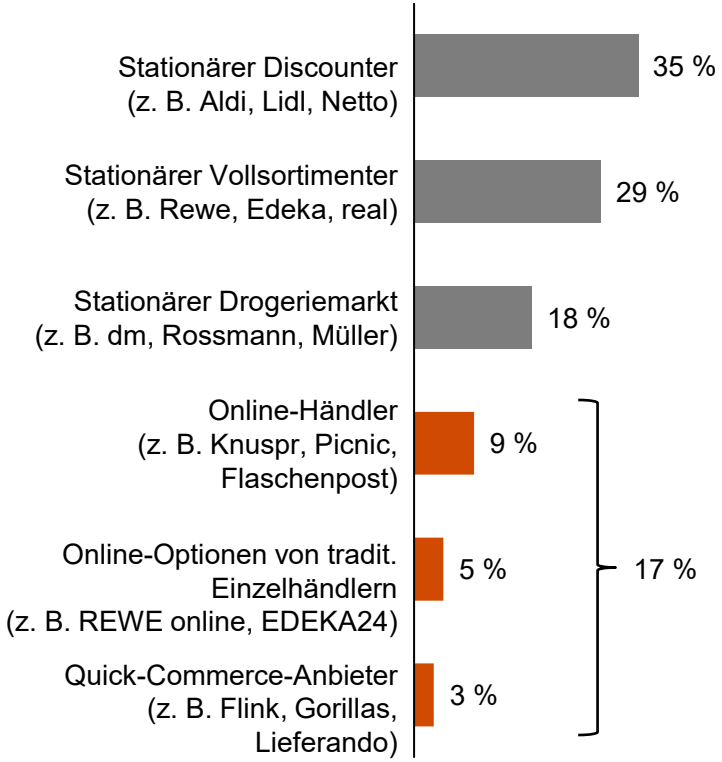
Frequenz der Lebensmitteleinkäufe (in %)



Bevorzugter **Kanal** für den Lebensmittel-einkauf (in %)



Konsumenteneinschätzung der **Verteilung ihrer Ausgaben** für Lebensmittel (in %)



Quelle: PwC Umfrage zum Online-Lebensmitteleinkauf (DACH; N=1.500; national repräsentativ)

Konsument:innen schätzen die Bequemlichkeit des Online-Lebensmitteleinkaufs, stören sich aber an höheren Kosten

Treiber

Städtisches Wohnen

Viele Lieferdienste und Quick-Commerce-Anbieter konzentrieren sich auf dicht besiedelte städtische Gebiete.

Konsumenten-präferenzen

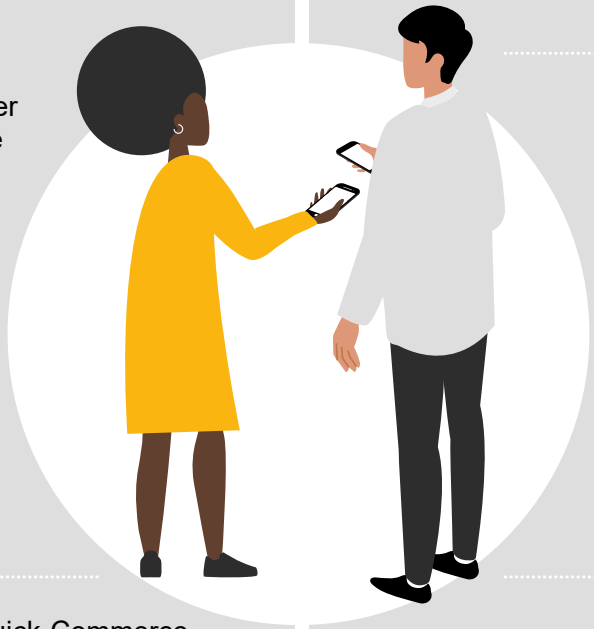
Kund:innen gewöhnen sich zunehmend an die Bequemlichkeit und Zeitersparnis des Online-Lebensmitteleinkaufs.

Techno-logische Entwicklungen

Technologische Fortschritte, z. B. automatisierte Lagerhäuser, ebnen den Weg in profitable *Operations*.

Neue Geschäfts-modelle

Ob Lieferung aus dem Markt *oder Darkstores*, Quick-Commerce oder Lieferung nach dem Milchmann-Prinzip, eigene Logistik oder Outsourcing – die Geschäftsmodelle entwickeln sich stets weiter.



Hindernisse

Kosten

Konsument:innen zahlen ungerne Lieferkosten, wünschen sich garantiert gleiche Preise wie im stationären Handel sowie Rabatte.

Lieferzeit-fenster

Kund:innen wünschen sich genaue und verlässliche Lieferzeitfenster, die den Einkauf besser planbar machen.

Sortiment

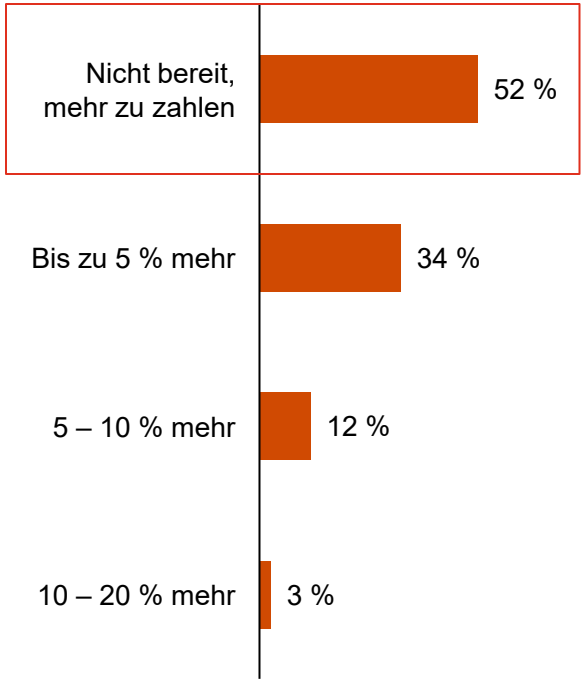
Kund:innen bemängeln teils fehlende Sortimentstiefe und unzureichende Produktverfügbarkeiten der Online-Lieferdienste. Discounter-Produkte sind noch nicht überall online verfügbar.

Skepsis hinsichtlich Qualität

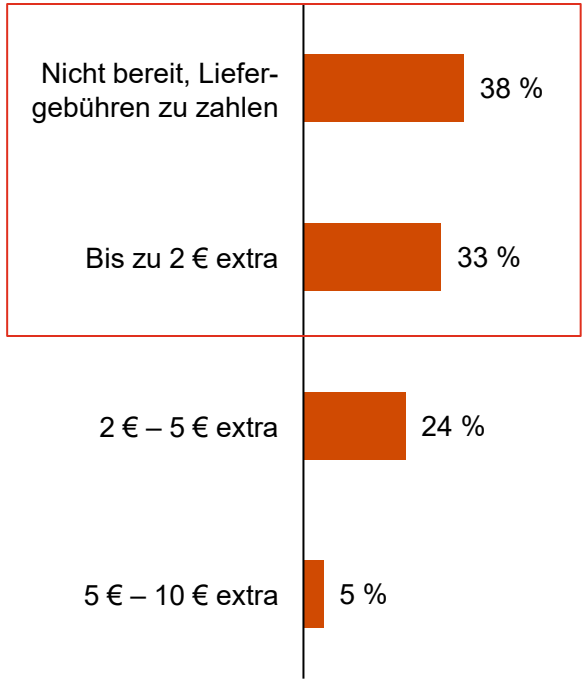
Das Vertrauen in die Produktqualität und die Frische der Produkte fehlt einigen Kund:innen.

Quelle: PwC Umfrage zum Online-Lebensmitteleinkauf (DACH; N=1.500; National repräsentativ), Strategy& „Future of Grocery Shopping“, Strategy& „Online grocery delivery in flux – an update on the state of eGrocery“

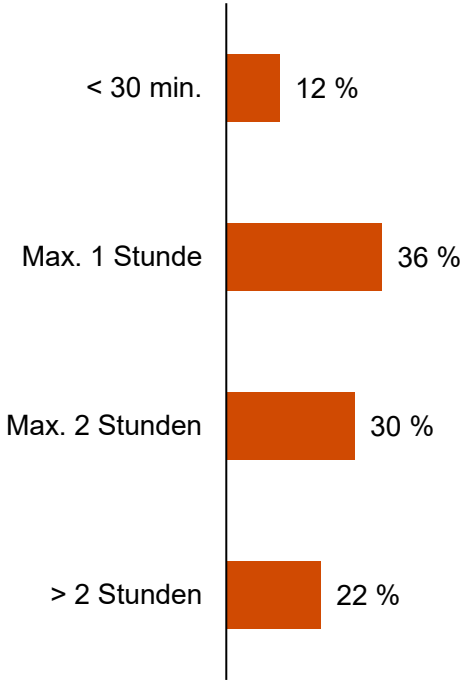
Online-Lebensmittelhändler treffen auf Konsumentenwünsche wie möglichst niedrigen Aufpreis und geringe Liefergebühren



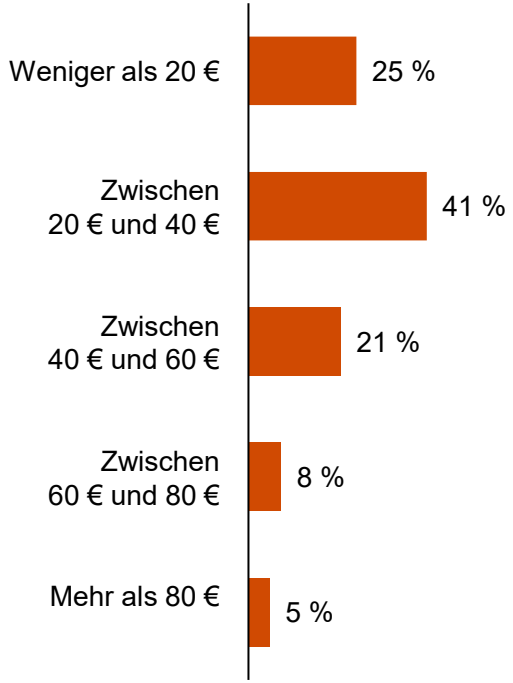
Bereitschaft, bei Online-Lebensmitteleinkäufen pro Artikel **mehr zu zahlen** (in %)



Zahlungsbereitschaft für **Liefergebühren** von Online-Lebensmitteleinkäufen (in %)



Akzeptable **Lieferzeitfenster** (nicht bezogen auf Geschwindigkeit) für Online-Lebensmitteleinkäufe (in %)

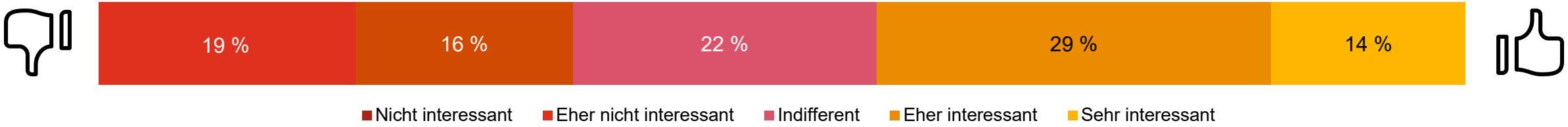


Bereitschaft, **Mindestbestellwerte** für Online-Lebensmitteleinkäufe einzuhalten (in %)

Quelle: PwC Umfrage zum Online-Lebensmitteleinkauf (DACH; N=1.500; National repräsentativ)

Bei „Click & Collect“ gehen die Meinungen der Konsument:innen auseinander

Interesse von Konsument:innen an **„Click & Collect“**-Angeboten für den Lebensmitteleinkauf (in %)



Ich bin eher der Typ Mensch, der gerade bei frischen Lebensmitteln (Obst, Gemüse, Fleisch, Wurst, Käse) das Produkt sehen und das MHD überprüfen muss. Wenn jemand anderes den Einkauf der frischen Lebensmittel zusammenstellen würde, hätte ich nicht genug Kontrolle darüber.

Mir gefällt die Tatsache, dass ich sicher sein kann, das Produkt zu finden, das ich suche (…).

Click & Collect ist interessant, weil es Komfort und Flexibilität bietet. Es ermöglicht mir, online einzukaufen und die Lebensmittel zu einem für mich passenden Zeitpunkt abzuholen, wodurch ich Zeit spare und Menschenmengen vermeide.

(…) Aussuchen online kostet nur mehr Zeit als der Einkauf im Geschäft.

(…) Wenn ich dort hinfahre, um es abzuholen, kann ich auch gleich einkaufen gehen.

(…) Es klingt praktisch, aber ich gehe gerne einkaufen und entdecke neue Produkte.

(…) Das spart die Lieferzeit und ich kann wählen, um welche Uhrzeit ich die Produkte abhole..

Ich kann über den Tag verteilt den Warenkorb füllen und beim Abholen einen Blick auf die Frische werfen.

Quelle: PwC Umfrage zum Online-Lebensmitteleinkauf (DACH; N=1.500; national repräsentativ)

Online-Lebensmittelhändler nutzen häufig eines von drei Geschäftsmodellen

Informationen zur **Profitabilität** und den **Erfolgsfaktoren** finden Sie in diesem Strategy& Viewpoint!

	Quick-Commerce	Effizienzmodelle	Logistics-as-a-Service
Beispiele	• Flink • Gorillas (bis 2022 in Deutschland) • Getir (bis 2024 in Deutschland)	• Picnic • REWE online • knuspr	• Uber Eats • Pickshare • Oda (bis 2022 in Deutschland)
Beschreibung	• Vergleichsweise kleines Sortiment (ca. 2.000 Produkte) • Lieferung aus *Darkstores*, in der Regel mit dem Fahrrad, im urbanen Raum • Auslieferung in < 1 Stunde nach Bestellung • Geringer Mindestbestellwert	• Großes Sortiment (> 10.000 Produkte) • Lieferung aus Logistikzentren und Micro Fulfillment Center (MFC), mittels Lieferwagen, z. T. auch in kleineren Städten • Auslieferung nach einigen Stunden oder an den Folgetagen	• Service-Provider nimmt Händlern *Fulfillment* ab (z. B. Zusammenstellung und Verpackung der Bestellungen, Logistiknetzwerk zur Auslieferung, nötige Software zur Planung etc.)
Vorteile	• Erfüllung von Kundenwünschen nach Spontanität und Bequemlichkeit • Nutzung von hochmoderner Technologie für Bestellprozesse und Routing	• Bessere Planbarkeit der Bestellung und Routen • Potenzial für Automatisierung von Prozessen und Lagern • Geringe Betriebs- und Logistikkosten mit Potenzial für günstige Endkundenpreise	• Flexible und skalierbare Logistiklösungen für Händler • Geringere Kosten und Komplexität für Markteinsteiger • Händler können sich auf Kernkompetenz konzentrieren und nicht die letzte Meile
Herausforderungen	• Hohe Betriebs- und Logistikkosten • Manuelle Prozesse (z. B. Zusammenstellung der Bestellungen, Auslieferung) • Oftmals kleine Warekörbe mit geringer Marge	• Höhere Mindestbestellwerte und längere Wartezeiten müssen von Kund:innen akzeptiert werden • Weniger innovatives Image	• Weniger/keine Kontrolle über die Auslieferung und den direkten Kundenkontakt • Komplexität der Integration in Systeme und Prozesse • Vertragsabhängigkeit (u. a. Preiserhöhung, Laufzeiten)

Quelle: Pressemeldungen, Medienberichte, PwC-Analyse

Der Online-Lebensmittelhandel ist in Bewegung (I/II)

Nach dem Boom des Online-Lebensmittelhandels während der Covid-19-Pandemie ist der Markt von Insolvenzen, Konsolidierungen, Investitionen und Kooperationen geprägt.

Überblick ausgewählter Marktaktivitäten in Deutschland (operierende Dienste)

2023 – 03

Flaschenpost kooperiert mit Alnatura

Bereits seit 2021 liefert die Oetker-Tochter neben Getränken auch Lebensmittel aus. Durch die Kooperation mit Alnatura wird das Sortiment um rund 400 Bio-Artikel ergänzt.

08

Aldi Süd beliefert Kund:innen in drei Städten

Aldi-Kund:innen aus Mülheim an der Ruhr, Duisburg und Oberhausen können an dem Pilotprojekt zur Lebensmittellieferung teilnehmen. Zuvor war dieser Service Aldi-Mitarbeiter:innen vorbehalten.

Picnic setzt rasante Expansion fort

Nach NRW, Hamburg, Berlin, Bremen und Osnabrück ist der Lieferdienst nun in ausgewählten Städten in Hessen, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz verfügbar.

2024 – 01

Bünting meldet stabiles Wachstum in Bereich E-Commerce

Die Unternehmensgruppe berichtet, dass die Umsätze der drei Onlineshops (myTime.de, combi.de, buenting-tee.de) um 8,5 % gestiegen sind.

02

Knuspr-Mutter erhält 160 Mio. Euro für Expansion

Die Rohlik Group erhält in der Investionsrunde neues Kapital für eine beschleunigte Expansion in der DACH- und CEE-Region.

06

Wiedereröffnung der „Wolt Markets“ in Berlin

Nachdem im Sommer 2022 die Wolt-eigenen *Darkstores* für Lebensmittel geschlossen wurden, kündigt der finnische Plattformbetreiber im Februar 2024 die Neueröffnung von „Wolt Markets“ in Berlin an.

09

Flink erhält 150 Mio. US-Dollar frisches Kapital

Auf dem Weg in die Profitablilität benötigt Flink neues Kapital – ein Teil davon kommt vom Investor REWE.

10

REWE-Einkauf über Lieferando möglich

Im Herbst 2024 ermöglicht Lieferando Kund:innen der Plattform, Lebensmittel von REWE zu bestellen. Die Auslieferung erfolgt über Flink.

12 – 2025

EDEKA stärkt strategisches Investment bei Picnic

Edeka hat seine Beteiligung an Picnic von Genussscheinen in vollwertige Anteile umgewandelt und hält dadurch über 25 % an dem niederländischen Lieferdienst.

Quelle: Pressemeldungen, Medienberichte, PwC-Analyse

Der Online-Lebensmittelhandel ist in Bewegung (II/II)

Nach dem Boom des Online-Lebensmittelhandels während der Covid-19-Pandemie ist der Markt von Insolvenzen, Konsolidierungen, Investitionen und Kooperationen geprägt.

Überblick ausgewählter Marktaktivitäten in Deutschland (eingestellte Dienste)

2022 · 12 · 2023 · 02 · 03 · 06 · 09 · 2024 · 04 · 07 · 12 · 2025 ···▶

12 – Getir übernimmt Gorillas
Das Start-up, das während der Covid-19-Pandemie schnell eine Milliardenbewertung erreichte, konnte mangels Profitabilität keine erneute Finanzierungsrunde abschließen und wurde von Konkurent Getir übernommen.

02 – Yababa meldet Insolvenz
Das 2021 in Berlin gegründete Start-up für die Lieferung von orientalischen Lebensmitteln meldet Insolvenz an.

03 – Bio-Lieferdienst Alpakas beantragt Insolvenz
Der 2021 in Berlin geggründetete Bio-Lebensmittel-lieferdienst mit Zero-Waste-Konzept muss Insolvenz anmelden.

06 – Oda stellt Lieferdient in Berlin ein
Rund drei Monate nach dem Start des norwegischen Lebensmittellieferdienstes in Berlin stellt Oda das Endkundengeschäft ein und biete statdessen “Logistics-as-a-Service” an.

09 – Bringmeister wird von Knuspr geschluckt
Rohlik Group (in Deutschland mit Knuspr am Markt) akquiriert das einstige EDEKA-Tochterunternehmen Bringmeister von der tschechischen Investment-gruppe Rockaway Capital.

04 – Getir verlässt den deutschen Markt
Getir kündigt an, sich fortan nur noch auf den türkischen Markt zu konzentrieren, da dort langfristiges und nachhaltiges Wachstum vermutet wird.

07 – Bringoo und Penny Kooperation beendet
Nach über drei Jahren beendet Penny die Partnerschaft mit dem Lieferdienst-Startup Bringoo. Partnerschaften mit lokalen Händlern (EDEKA, Nahkauf) bleiben bestehen.

12 – Amazon Fresh wird eingestellt
Der Amazon-Fresh-Lieferdienst wird eingestellt, aber Prime-Mitglieder können durch die Partnerschaft mit Knuspr ihren Einkauf via „Knuspr auf Amazon“ in ausgewählten Städten online erledigen.

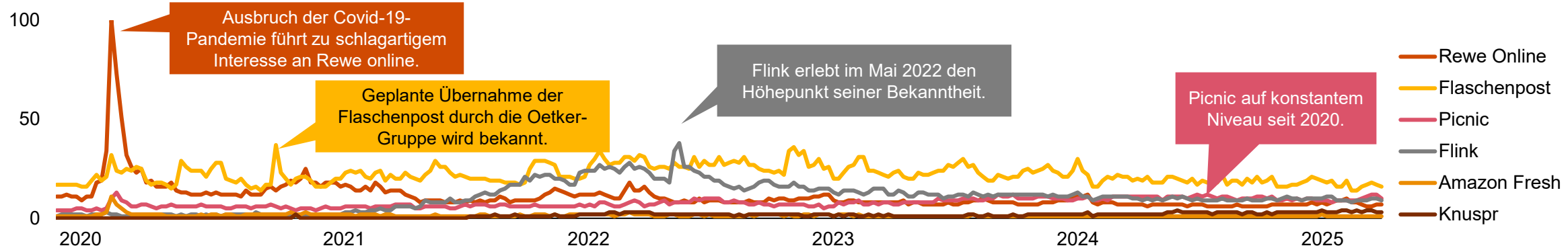
Quelle: Pressemeldungen, Medienberichte, PwC-Analyse

Wo Konsument:innen online Lebensmittel kaufen

Zu den bekanntesten Onlinehändlern für Lebensmittel in Deutschland zählen **Rewe online, Picnic und Flink**:

- Rewe ist der umsatzstärkste Lebensmittellieferdienst in Deutschland. Die Rewe Group setzte 2023 rund 1 Mrd. Euro online um. Hilfreich ist neben der Bekanntheit der Einzelhandelsgruppe auch das bestehende Logistik- und Filialnetzwerk in ganz Deutschland, welches „Click & Collect"-Services sowie Lieferungen ermöglicht.
- Picnic erzielte 2024 in Deutschland einen Umsatz von rund 600 Mio. Euro. Die Ware wird nach dem „Milchmann"-Prinzip mit einer voll elektrischen Flotte in über 80 Städten direkt zu den Haushalten geliefert.
- Flink ist der europäische Führer im Quick-Commerce-Markt mit einem Bruttoumsatz von rund 540 Mio. Euro im Jahr 2024. Mit Lieferungen in mehr als 80 Städten in Deutschland und den Niederlanden will Flink 2025 die Profitabilität erreichen

Google-Suchanfragen zu bekannten Lebensmittellieferdiensten in Deutschland (relativer Vergleich, Januar 2020 bis Februar 2025)



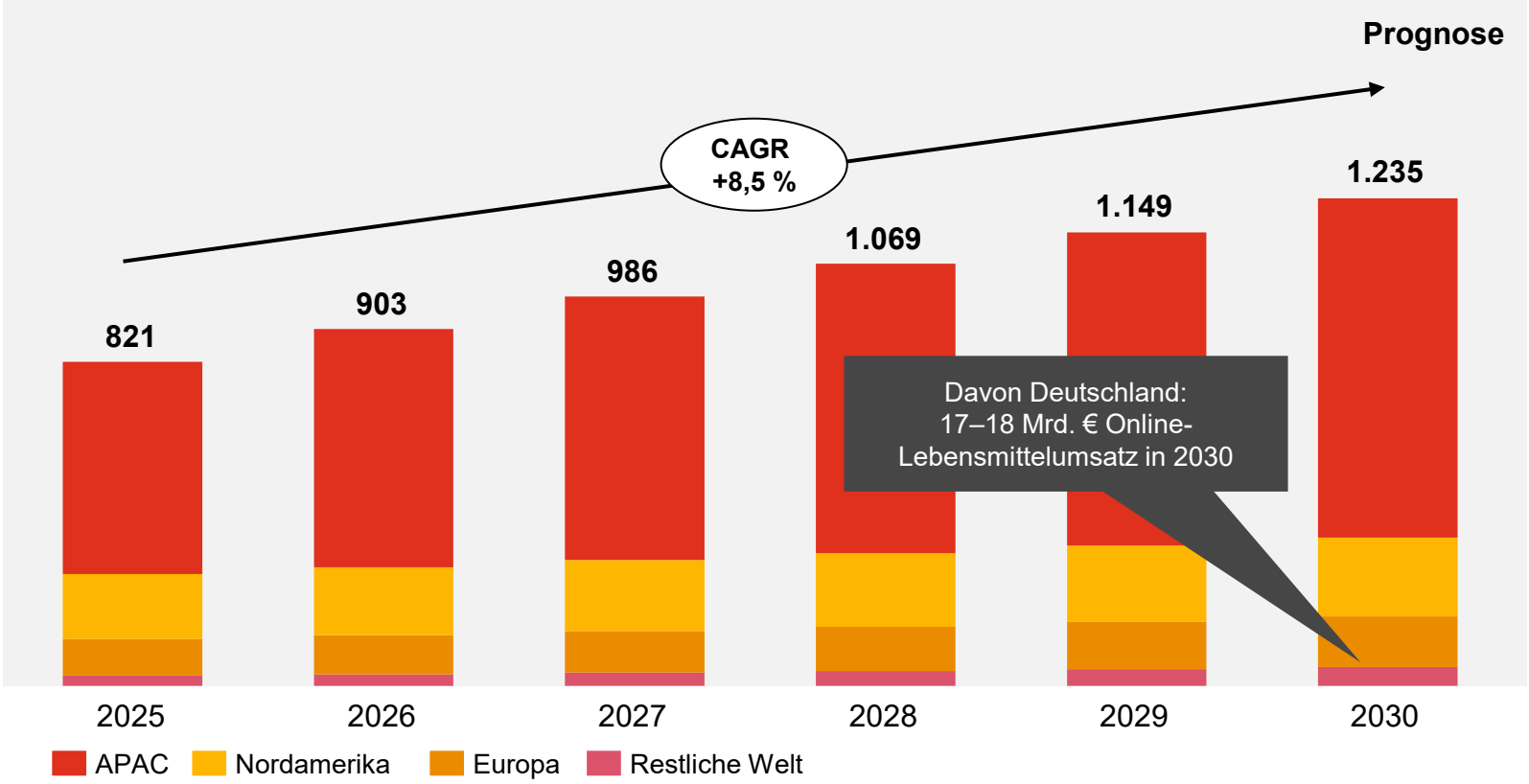
Auch interessant: Die Verfügbarkeit der Lebensmittellieferdienste sowie die regionalen Präferenzen der Verbraucher:innen variieren stark. So ist Flaschenpost besonders beliebt bei Bremer:innen. Bürger:innen aus Thüringen bestellen besonders häufig bei Rewe online. Picnic ist in NRW stark und Berliner:innen bestellen am häufigsten über Flink.

Quelle: Pressemeldungen, Google Trends, Strategy& „Online grocery delivery in flux – an update on the state of eGrocery", PwC-Analyse

Bis zu 18 Milliarden Euro: Der deutsche Markt für Online-Lebensmittel* wächst bis 2030 kräftig

Wert des Online-Lebensmittelmarkts nach Region, in Mrd. €

Für die Berechnung des deutschen Marktvolumens gehen wir davon aus, dass das zweistellige Wachstum, das während der Covid-19-Pandemie beobachtet werden konnte, deutlich abflacht und zwischen 2025 und 2030 leicht unterdurchschnittlich zum globalen Markt jährlich 8 % betragen wird.



*Lebensmittelhandel inkl. Getränke, Tabak und Drogeriewaren; Quelle: GlobalData, HDE Online Monitor 2024, PwC-Analyse

Ihre Ansprechpartner:innen für Fragen

Dr. Christian Wulff
Consumer Markets Leader,
PwC Deutschland und EMEA
christian.wulff@pwc.com

pwc.de

Stefan Eikelmann
Partner,
Strategy& Germany
stefan.eikelmann@pwc.com

Jens Langkammer
Director,
Strategy& Germany
jens.langkammer@pwc.com

Dr. Stephanie Rumpff
Head of Industry
Business Development,
PwC Deutschland
stephanie.rumpff@pwc.com

Editorial Team

Hannah Hofer
Manager,
Strategy& Austria

Melina Lelickens
Senior Associate,
PwC Deutschland

© 2025 PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.
Alle Rechte vorbehalten. „PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.