

# FEELY

Fresh Eating Essentials, Local You

---

## Marktanalyse Teil 4

# ZIELGRUPPEN & ÖKOSYSTEM

B2C, B2B, B2B2C – Alle Stakeholder im Überblick

**70 Mio.**

Potenzielle Nutzer  
(jeder kauft Lebensmittel)

**36.565**

LEH-Filialen in  
Deutschland

**96**

Krankenkassen  
als Partner

**€209 Mrd.**

Lebensmittelumsatz  
Deutschland 2024

**30.000+**

Hofläden &  
Direktvermarkter

**24/7**

Verkauf für  
jeden Markt

Stand: Januar 2026

Quellen: Destatis, EHI, Statista, GKV-Spitzenverband

# Inhaltsverzeichnis

---

## **1. FEELY als Ökosystem**

Plattform, Marktplatz und Software in einem

## **2. B2C: Verbraucher**

Jeder der Lebensmittel kauft – alle Use Cases

## **3. B2B: Märkte & Händler**

Supermärkte, Hofläden, Direktvermarkter

## **4. B2B: Software-Lösung**

Warenwirtschaft, Automatisierung, Analytics

## **5. B2B2C: Gesundheitspartner**

Krankenkassen, Ärzte, Forschung

## **6. Use Cases nach Bedürfnis**

Warum Menschen FEELY nutzen

## **7. Marktpotenzial**

Quantifizierung aller Stakeholder

## **8. First Mover Advantage**

Warum jetzt der richtige Zeitpunkt ist

## **9. Quellenverzeichnis**

Primärquellen und Studien

# 1. FEELY als Ökosystem

---

FEELY ist kein einzelnes Produkt, sondern ein vollständiges Ökosystem – vergleichbar mit Amazon für Waren, aber spezialisiert auf Lebensmittel. Die Plattform verbindet Verbraucher, Händler und Gesundheitspartner in einem einzigartigen System, das es so noch nicht gibt.

## Die drei Säulen des FEELY-Ökosystems

Säule	Was ist es?	Vergleich
B2C Plattform	App für alle Verbraucher	Wie Instacart/Amazon für Food
B2B Marktplatz	Plattform für Märkte & Hofläden	Wie Shopify für Lebensmittel
B2B Software	Komplette Geschäftslösung	ERP + CRM + Analytics
B2B2C Partner	Gesundheits-Integrationen	Krankenkassen, Ärzte, Forschung

### Das Besondere:

Alles in einer Plattform. Der Verbraucher öffnet die FEELY-App und kann bei jedem angeschlossenen Markt einkaufen – egal ob Edeka, Rewe, lokaler Hofladen oder Bio-Markt. Jeder Markt hat seinen eigenen Bereich mit eigenem Sortiment, eigenen Preisen, eigenen Angeboten. Der Markt braucht keine eigene App, keine eigene IT – FEELY ist die komplette Lösung. 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche.

## 2. B2C: Verbraucher

---

Die Zielgruppe für FEELY als Verbraucher-App ist im Grunde jeder, der Lebensmittel kauft. Das sind in Deutschland rund 70 Millionen Menschen. Gesundheit ist dabei nur EINES von vielen Features – nicht der einzige Grund, FEELY zu nutzen.

### Warum FEELY für JEDEN relevant ist

Zielgruppe	Größe (DE)	Primärer FEELY-Nutzen
Alle Lebensmittelkäufer	~70 Mio.	Ein Ort für alle Einkäufe
Berufstätige mit wenig Zeit	~30 Mio.	Click & Collect spart Zeit
Budgetbewusste	~25 Mio.	Ausgaben-Überblick, Preisvergleich
Gesundheitsbewusste	~24 Mio.	Health Intelligence, Analyse
Familien mit Kindern	~8 Mio. HH	Planung, Allergien, Überblick
Senioren	~18 Mio.	Einfache Bestellung, Abholung/Lieferung
Mobilitätseingeschränkte	~7 Mio.	Muss nicht selbst durch Markt
Chronisch Kranke	~20 Mio.	Spezifische Ernährungsbedürfnisse
Singles	~17 Mio. HH	Portionsgerechte Planung
Nachhaltigkeitsbewusste	~15 Mio.	Regionale Produkte, weniger Waste

### Kernaussage:

FEELY ist nicht nur für "Gesundheitsfreaks" oder "Bio-Käufer". FEELY ist für jeden, der Lebensmittel kauft und sein Leben einfacher machen will. Die Gesundheits-Features sind ein starkes Differenzierungsmerkmal, aber nicht der einzige Grund zur Nutzung.

### 3. B2B: Märkte & Händler

---

Für Märkte und Händler ist FEELY ein kompletter Marktplatz – eine Plattform, über die sie verkaufen können, ohne eigene App oder eigenen Online-Shop entwickeln zu müssen. Wenn ein Kunde auf einen Markt klickt, wird die FEELY-App zu diesem Markt – mit genau dessen Sortiment, Preisen und Angeboten.

#### Potenzielle B2B-Partner

Händlertyp	Anzahl (DE)	FEELY-Mehrwert
Supermärkte (Edeka, Rewe...)	~15.000	Digitaler Vertriebskanal
Discounter (Aldi, Lidl...)	~16.000	Click & Collect Lösung
Bio-Supermärkte	~2.800	Zugang zu Gesundheitszielgruppe
Hofläden & Direktvermarkter	~30.000	Reichweite ohne eigene IT
Metzgereien	~11.000	Vorbestellung, Kundenbindung
Bäckereien	~10.000	Digitale Bestellung
Wochenmärkte	~3.000	Vorbestellung beim Marktstand
Getränkemärkte	~8.000	Schwere Getränke → Abholung

#### Was Händler mit FEELY bekommen

- **Marktplatz:** Präsenz auf einer Plattform mit Millionen potenzieller Kunden
- **Eigener Bereich:** Individuelles Sortiment, eigene Preise, eigene Angebote
- **24/7 Verkauf:** Kunden können jederzeit bestellen – auch nachts um 3 Uhr
- **Kundenkontakt:** Direkter Kanal zu den Kunden, Push-Nachrichten, Newsletter
- **Keine eigene App:** Kein Entwicklungsaufwand, keine IT-Kosten
- **Werbung:** Möglichkeit, Angebote und Aktionen zu promoten

## 4. B2B: Software-Lösung

---

FEELY ist nicht nur ein Marktplatz, sondern auch eine vollständige Software-Lösung für Händler. Über eine eigene Website/Dashboard können Märkte ihr komplettes Geschäft steuern – von Warenbestand über Bestellungen bis hin zu automatischer Nachbestellung beim Lieferanten.

### FEELY als Business-Software

Funktion	Beschreibung	Nutzen
Warenwirtschaft	Bestand in Echtzeit verwalten	Immer aktuelle Verfügbarkeit
Auto-Nachbestellung	Bei leerem Produkt → Lieferant	Nie wieder Out-of-Stock
Angebotsverwaltung	Rabatte, Aktionen, Sonderpreise	Flexibles Marketing
Kundenmanagement	Kundendaten, Präferenzen, Historie	Bessere Kundenbindung
Analytics	Verkaufszahlen, Trends, Insights	Datenbasierte Entscheidungen
Bestellverwaltung	Eingehende Bestellungen managen	Effiziente Abwicklung
Mitarbeiterzugang	Verschiedene Rollen und Rechte	Teamarbeit möglich

### Besonders relevant für:

- **Kleine Händler:** Hofläden, Metzger, Bäcker – keine IT-Abteilung, brauchen einfache Lösung
- **Mittelstand:** Regionale Ketten, Bio-Märkte – wollen digital werden ohne Großprojekt
- **Filialbetriebe:** Zentrale Steuerung mehrerer Standorte über ein Dashboard

### Zukunftsvision: Lieferanten-Integration

Langfristig wird FEELY auch Lieferanten anbinden. Wenn ein Produkt im Markt ausgeht, kann das System automatisch beim Großhändler oder Hersteller nachbestellen. Das schafft einen geschlossenen Kreislauf: Verbraucher → Händler → Lieferant – alles über FEELY.

## 5. B2B2C: Gesundheitspartner

---

FEELYs Gesundheits-Features eröffnen eine weitere Dimension: Partnerschaften mit dem Gesundheitswesen. Krankenkassen, Ärzte und Forschungseinrichtungen profitieren von besserer Ernährung der Bevölkerung.

### Potenzielle Gesundheitspartner

Partner	Anzahl (DE)	FEELY-Relevanz
Gesetzliche Krankenkassen	96	Prävention senkt Kosten
Private Krankenversicherungen	43	Gesundheitsförderung
Ärzte / Hausarztpraxen	~55.000	Ernährungsempfehlungen digital
Ernährungsberater	~15.000	Tool für Klienten
Diabetologen	~1.200	Blutzucker-Management
Forschungsinstitute	~400	Anonymisierte Ernährungsdaten
Betriebskrankenkassen	~80	Mitarbeitergesundheit

### Warum Krankenkassen interessiert sind

- **Prävention:** Bessere Ernährung = weniger Krankheiten = geringere Kosten
- **§20 SGB V:** Krankenkassen MÜSSEN Präventionsleistungen anbieten
- **Wettbewerb:** Innovative Angebote zur Mitgliedergewinnung
- **Diabetes-Kosten:** ~50 Mrd. € jährlich – Prävention lohnt sich

### Mögliche Kooperationsmodelle

- **Bezuschussung:** Krankenkasse zahlt FEELY-Premium für Mitglieder
- **Bonusprogramm:** Punkte für gesunde Einkäufe
- **Ärzte-Integration:** Arzt empfiehlt FEELY, Patient trackt Ernährung
- **Forschung:** Anonymisierte Daten für Ernährungsstudien

## 6. Use Cases nach Bedürfnis

---

Menschen nutzen FEELY aus unterschiedlichen Gründen. Die Stärke des Ökosystems: Es bedient viele verschiedene Bedürfnisse gleichzeitig.

### Primäre Use Cases

Bedürfnis	FEELY-Lösung	Zielgruppe
"Ich will Zeit sparen"	Click & Collect, Einkaufslisten	Berufstätige, Familien
"Ich will Überblick über Ausgaben"	Budget-Tracking, Analyse	Alle, Sparfüchse
"Ich will gesünder essen"	Health Intelligence, Analyse	Gesundheitsbewusste
"Ich kann nicht selbst einkaufen"	Bestellung + Abholung/Lieferung	Senioren, Kranke
"Ich habe Allergien/Krankheiten"	Warnungen, Alternativen	Allergiker, Diabetiker
"Ich will regional kaufen"	Hofläden, lokale Märkte	Nachhaltigkeitsbewusste
"Ich will alles an einem Ort"	Alle Märkte in einer App	Alle
"Ich will weniger wegwerfen"	Bedarfsgerechte Planung	Nachhaltigkeitsbewusste
"Ich will für Familie planen"	Haushalts-Profile, Allergien	Familien
"Ich will nichts vergessen"	Smarte Einkaufslisten	Alle

### Der Multiplier-Effekt:

Die meisten Nutzer haben MEHRERE dieser Bedürfnisse gleichzeitig. Eine berufstätige Mutter will Zeit sparen UND Überblick über Ausgaben UND gesünder essen UND auf die Nussallergie ihres Kindes achten. FEELY bedient all das in einer App – das schafft Stickiness und macht den Wechsel zu einer anderen Lösung unattraktiv.



## 7. Marktpotenzial

---

Mit dem Ökosystem-Ansatz ist FEELYs Marktpotenzial erheblich größer als bei einer reinen Gesundheits-App. Alle drei Säulen (B2C, B2B, B2B2C) tragen zum Umsatz bei.

### B2C: Verbraucher-Markt

Segment	Potenzial (DE)	Monetarisierung
Alle Lebensmittelkäufer	~70 Mio.	Transaktionsgebühr
Premium-Nutzer (Gesundheit)	~5 Mio.	Abo-Modell €4,99-9,99/Monat
Power-User (alles nutzen)	~2 Mio.	Premium+ €14,99/Monat

### B2B: Händler-Markt

Segment	Potenzial (DE)	Monetarisierung
Supermärkte & Discounter	~36.000	Provision + Abo
Hofläden & Direktvermarkter	~30.000	Plattform-Gebühr
Spezialgeschäfte	~30.000	Software-Abo

### B2B2C: Gesundheitspartner

Segment	Potenzial (DE)	Monetarisierung
Krankenkassen	~140	Lizenzgebühr pro Mitglied
Ärzte & Berater	~70.000	Pro-Lizenz oder Provision
Forschung	~400	Daten-Partnerschaften

## 8. First Mover Advantage

---

FEELY baut JETZT das System, das für die Zukunft der Ernährung essenziell sein wird. KI wird in den nächsten Jahren exponentiell besser – und FEELY ist dann bereit.

### Warum jetzt der richtige Zeitpunkt ist

Faktor	Status 2024/25	Zukunft
KI-Fähigkeiten	Gut, aber begrenzt	Exponentielles Wachstum
Personalisierung	Möglich	Präzise bis auf Zellebene
Wearables-Integration	Basic	Echtzeit-Körperdaten
Gentest-Preise	~€100-200	<€50 in 5 Jahren
Verbraucherakzeptanz	Wachsend	Mainstream
FEELY-System	Wird jetzt gebaut	Bereit für alles

### Das FEELY-System ist einzigartig

- **Plattform:** Kein anderer verbindet Verbraucher, Händler und Gesundheitswesen so
- **Daten:** Echte Kaufdaten + Gesundheitsprofile = unschlagbare Basis für KI
- **Infrastruktur:** Das System ist durchdacht und skalierbar gebaut
- **Timing:** Wer jetzt das System baut, ist bereit wenn KI explodiert

### Fazit:

FEELY ist nicht einfach eine App. FEELY ist die Infrastruktur für die Zukunft der Ernährung. Das Ökosystem verbindet alle relevanten Stakeholder: Verbraucher, Händler, Gesundheitswesen. Die Zielgruppe ist nicht eine Nische – die Zielgruppe ist jeder, der isst.

## 9. Quellenverzeichnis

---

**Destatis:** Bevölkerung Deutschland 2024

83,6 Mio. Einwohner

**EHI Retail Institute:** Anzahl LEH-Filialen 2024

36.565 Filialen

**Statista:** Lebensmittelumsatz Deutschland

€209,7 Mrd.

**IfD Allensbach:** AWA 2024

24,3 Mio. Gesundheitsinteressierte

**GKV-Spitzenverband:** Krankenkassen Deutschland

96 gesetzliche Kassen

**PKV-Verband:** Private Krankenversicherungen

43 PKV-Unternehmen

**KBV:** Arztpraxen Deutschland

~55.000 Hausarztpraxen

**BDO/BMEL:** Hofläden und Direktvermarkter

~30.000 in Deutschland

**Destatis:** Haushaltstypen Deutschland

Familien, Singles, Senioren

**Deutsches Ärzteblatt:** Diabeteskosten Deutschland

~50 Mrd. € jährlich

**§20 SGB V:** Präventionsleistungen Krankenkassen

Gesetzliche Grundlage

**Instacart:** Geschäftsmodell USA

Referenz für Plattform-Ansatz

---

**FEELY – Fresh Eating Essentials, Local You**  
Eat like your life depends on it. Because it does.