

STARKES STUDIUM.
PRIMA ZUKUNFT.



FHN
HOCHSCHULE HEILBRONN

TECHNIK

WIRTSCHAFT

INFORMATIK

Campus Heilbronn – Sontheim
Campus Heilbronn – Am Europaplatz
Campus Künzelsau
Reinhold-Würth-Hochschule
Campus Schwäbisch Hall

Kundenprofil Online-Weinkäufer

Zur Motivation von Online-Weinkäufern – Die Ergebnisse
einer Befragung des Studiengangs Weinbetriebswirtschaft

Alexander Naghiu

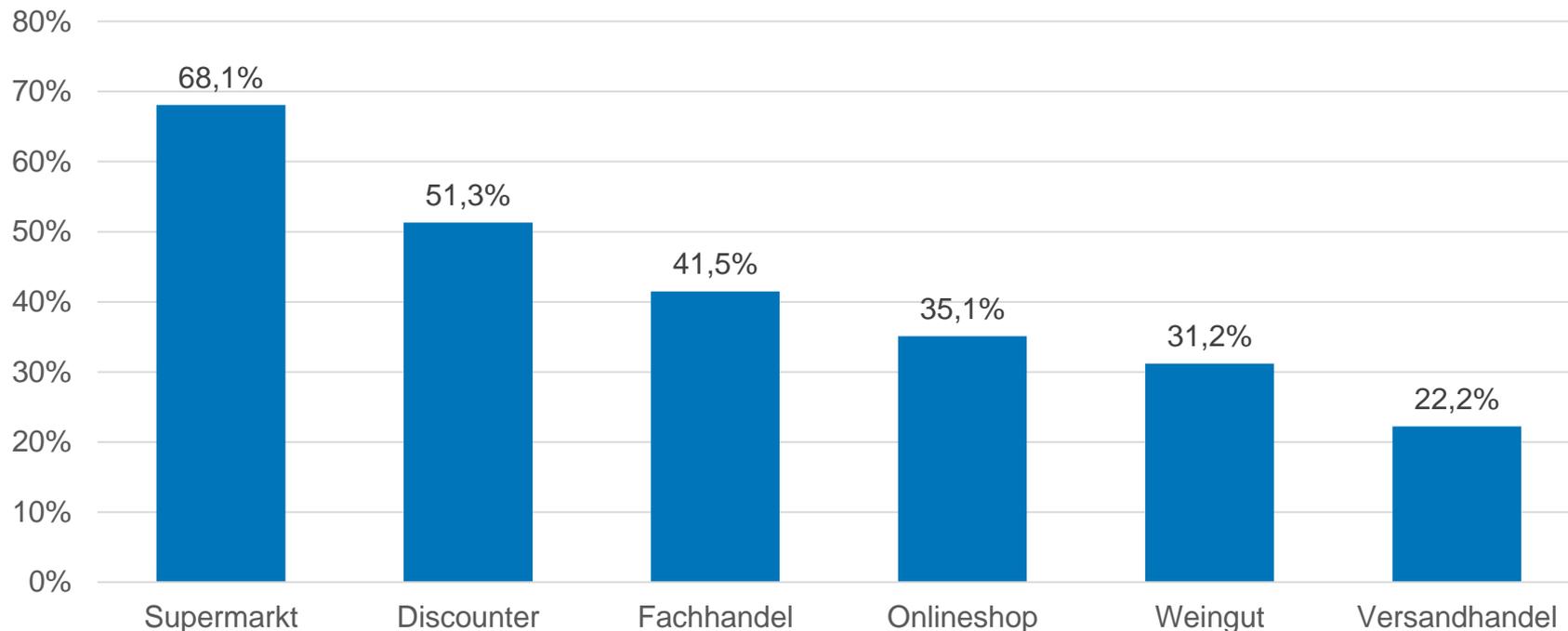
Ziele der Studie

- ▶ Feststellen der Ist-Situation des online-Weinhandels aus Kundensicht
- ▶ Motivation der online Weinkäufer erfassen
- ▶ Vergleich online \leftrightarrow stationär
- ▶ Kundenprofil ableiten

Rahmenbedingungen

- ▶ 1000 Weintrinker zwischen 16 und 69 Jahren
- ▶ repräsentativ nach Altersgruppe, Geschlecht und Wohnort
- ▶ Onlineerhebung mit 45 Fragen
- ▶ Feldzeit: 13.7.2015 – 21.7.2015

Einkaufsstätten

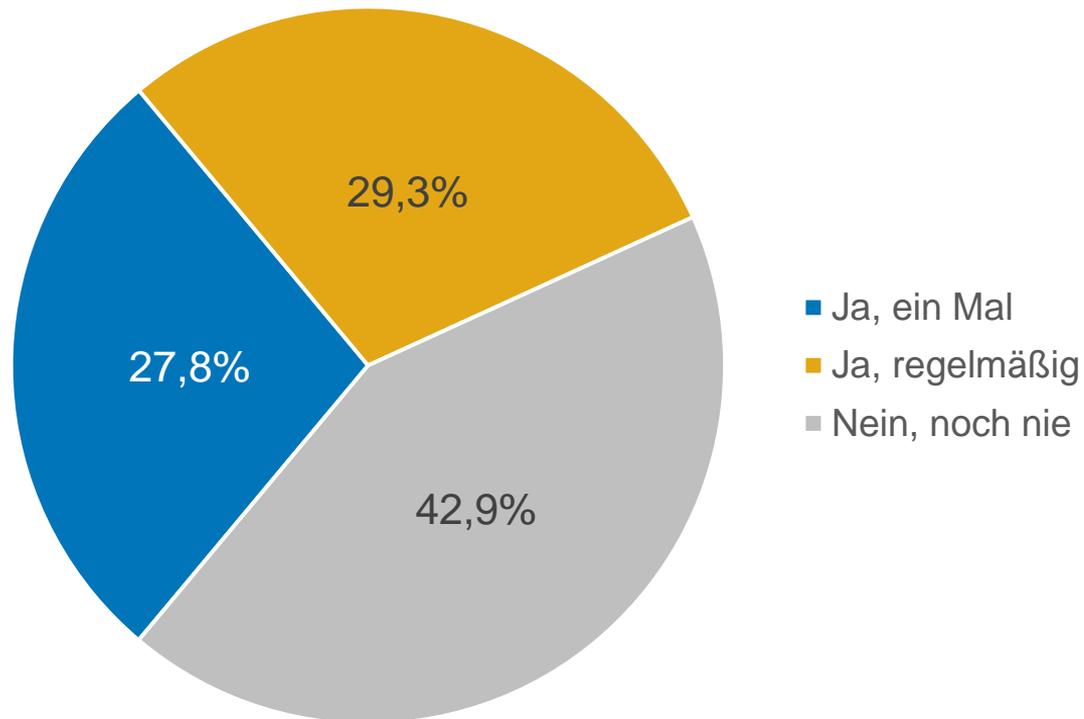


n=1000

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Wenn Sie Wein oder Schaumwein kaufen, wie häufig kaufen Sie in den folgenden Einkaufsstätten ein?
(nur häufig und sehr häufig | Mehrfachantworten)

Weinkauf online

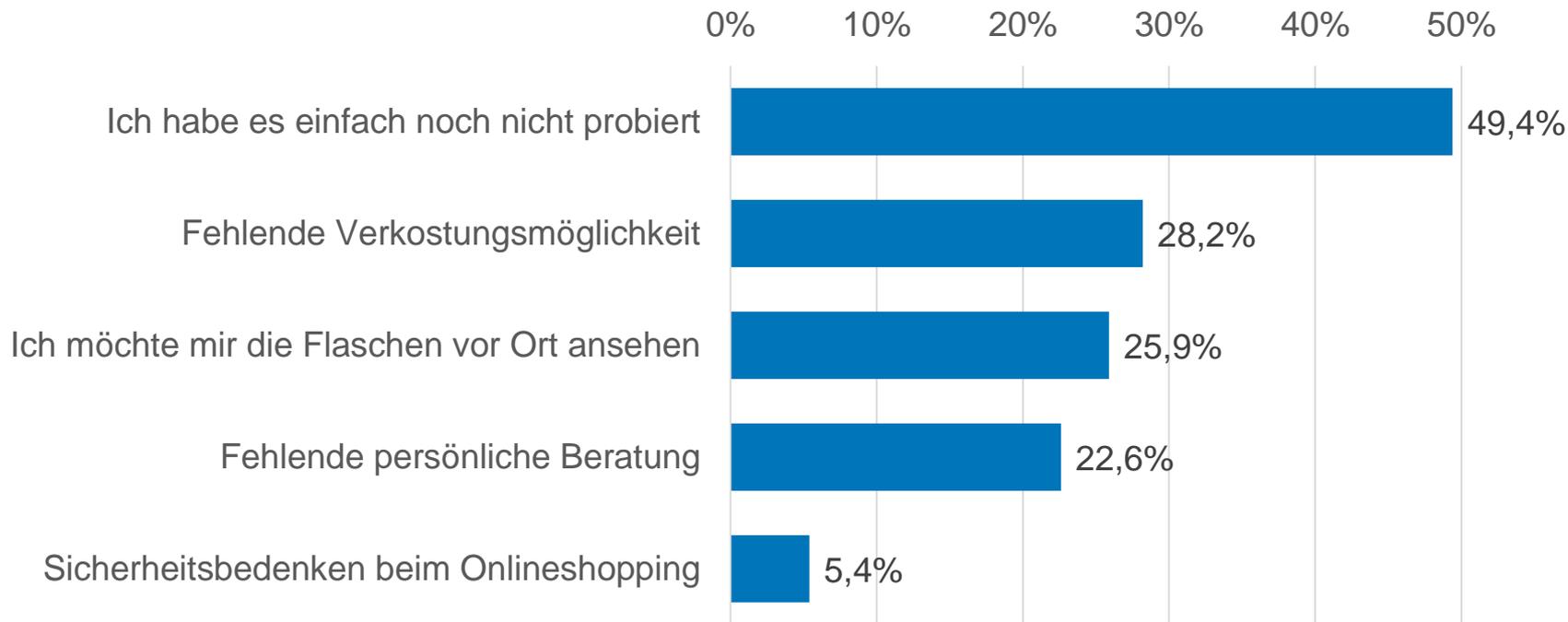


n=1000

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Haben Sie schon ein Mal Wein oder Schaumwein online gekauft?

Begründung, nie online Wein gekauft zu haben

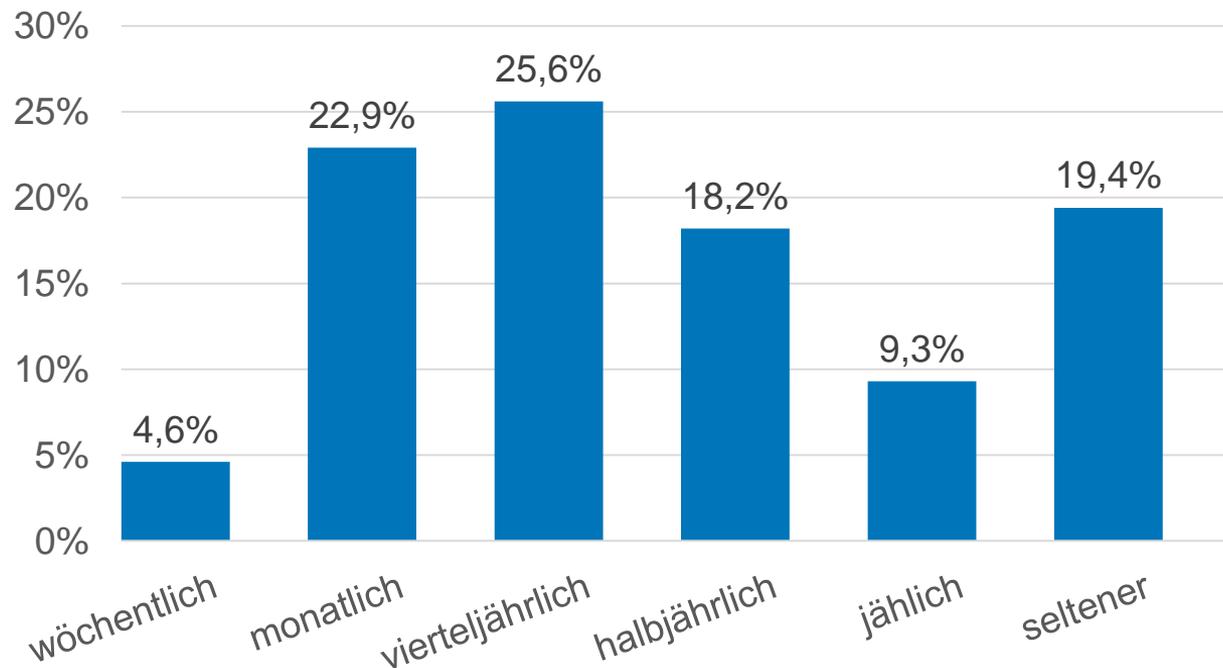


n=429

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Weshalb haben Sie noch nie online Wein eingekauft? (Mehrfachantworten)

Bestellfrequenz

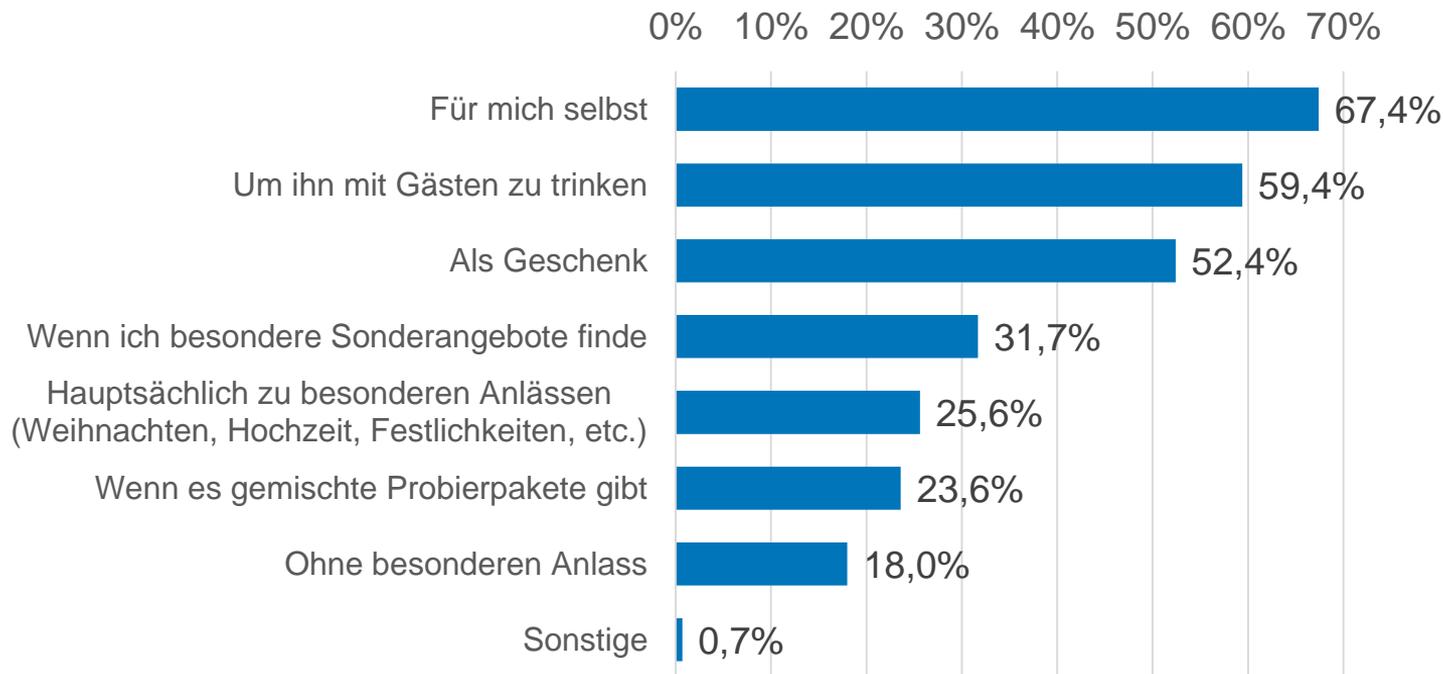


n=571

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Wie häufig kaufen Sie Wein oder Schaumwein in Onlineshops?

Anlässe zum Online-Weinkauf

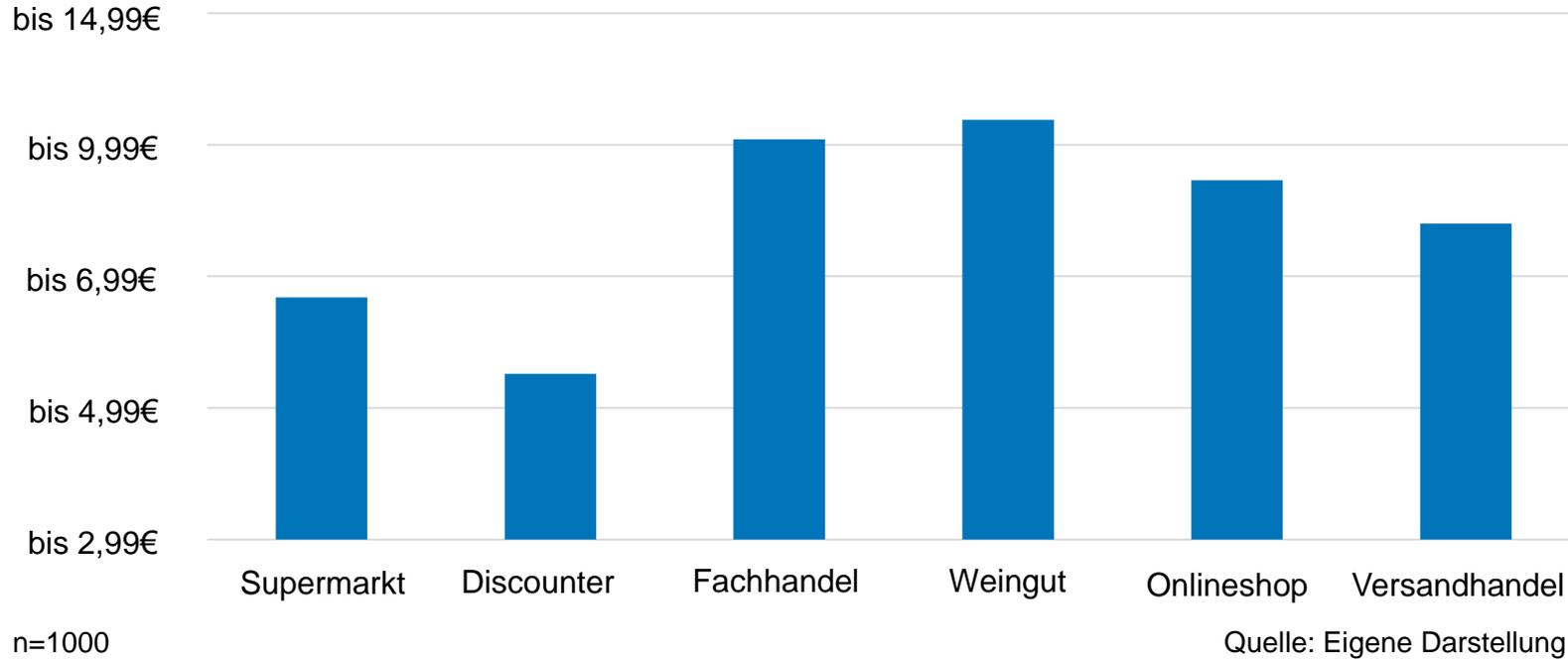


n=571

Quelle: Eigene Darstellung

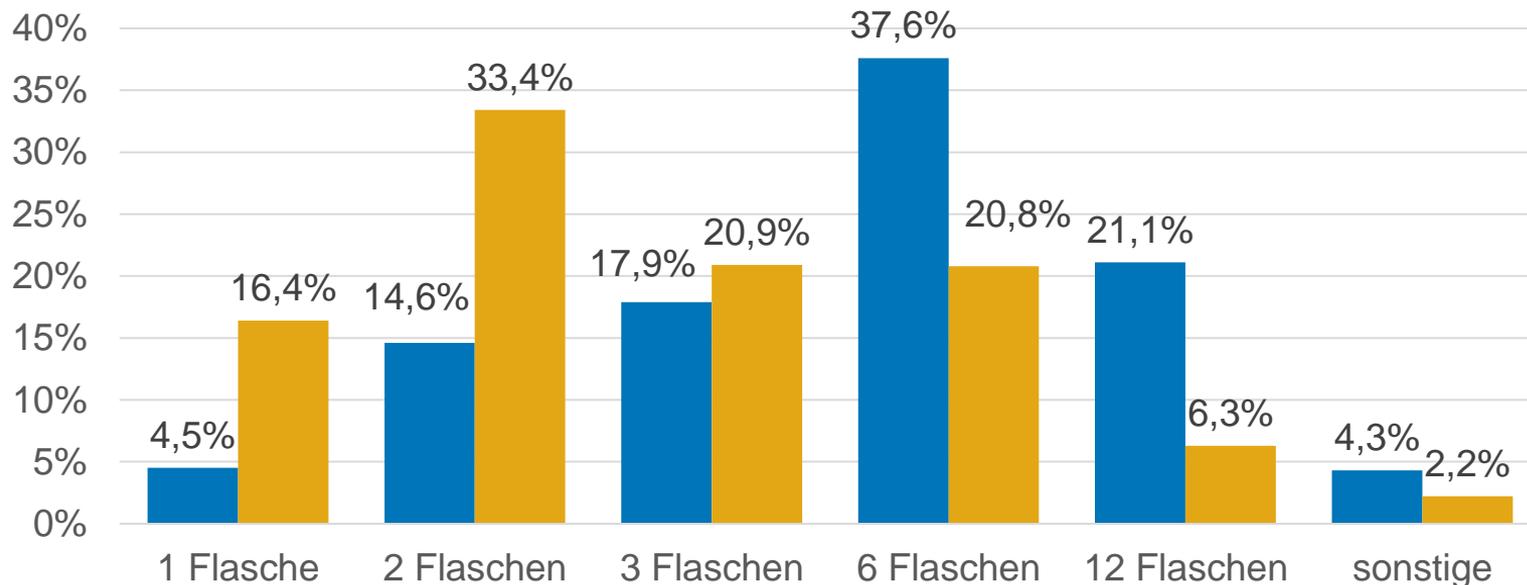
Frage: Zu welchen Anlässen kaufen Sie Wein oder Schaumwein online? (Mehrfachantworten)

Preisbereitschaft



Frage: Wie viel Euro sind Sie höchstens bereit, für eine Flasche Wein oder Schaumwein in folgenden Einkaufsstätten auszugeben?

Menge im Online-Einkauf und stationär



n=571 (online) n=1000 (stationär)

■ Online ■ Stationär

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Wenn Sie Wein oder Schaumwein online bestellen/stationär kaufen, wie viele Flaschen sind das im Durchschnitt pro Kauf?

Faktoren beim Onlinekauf von Wein

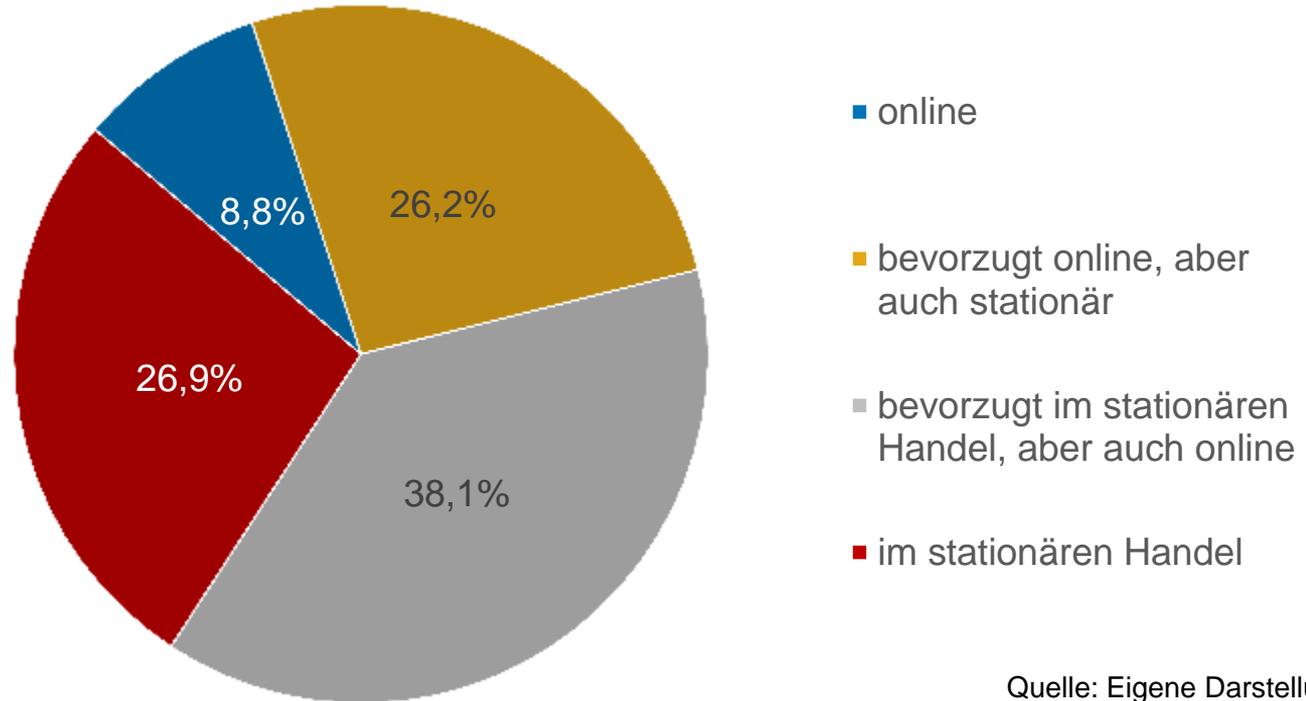


n=571

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Wie wichtig sind folgende Faktoren für Sie beim online Einkauf von Wein oder Schaumwein?

Zukunftschance Online-Weinhandel

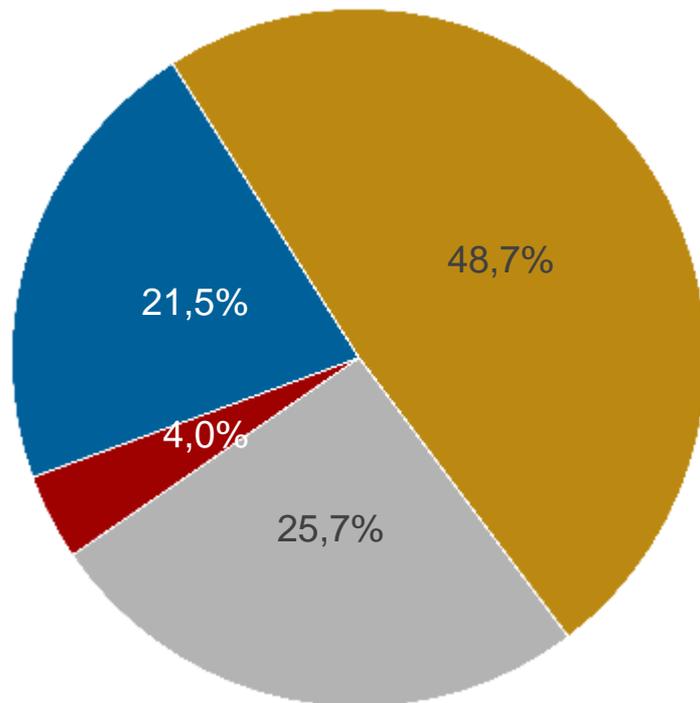


n=1000

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Werden Sie aufgrund der bisher gemachten Erfahrungen in Zukunft Ihren Wein oder Schaumwein eher online kaufen oder eher im stationären Handel?

Tendenz zur Kundentreue



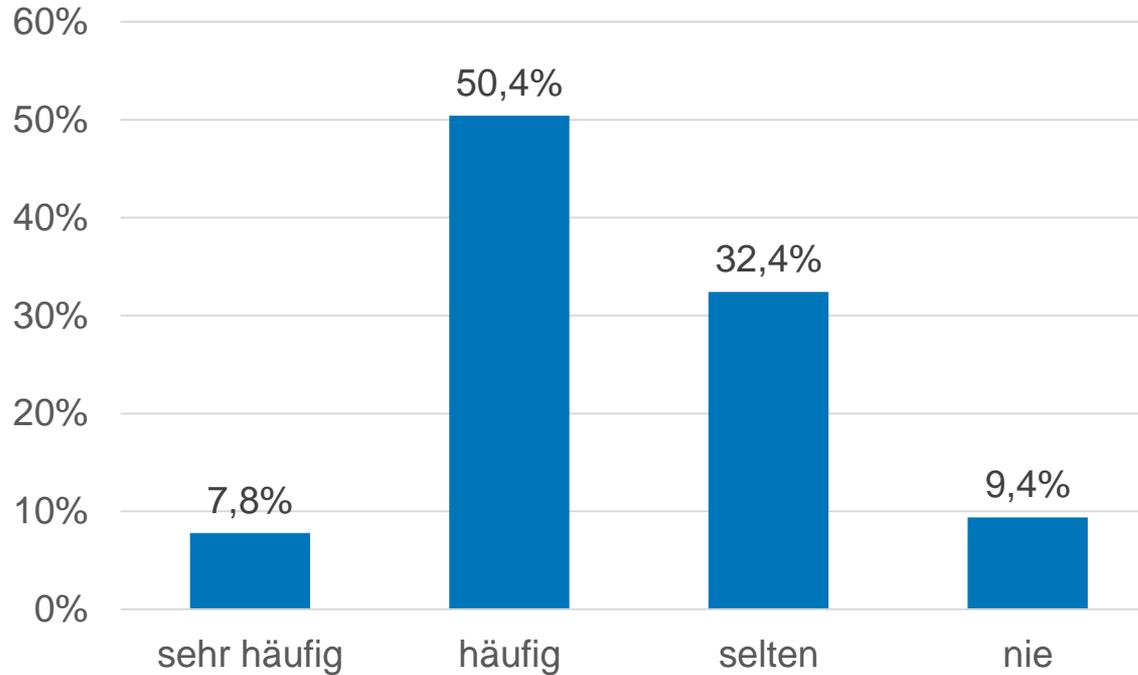
- immer in dem gleichen Onlineshop
- eher in dem gleichen Onlineshop
- eher bei unterschiedlichen Onlineshops
- immer in unterschiedlichen Onlineshops

n=571

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Wenn Sie Wein oder Schaumwein kaufen, kaufen Sie dann eher immer bei dem selben Onlineshop ein oder kaufen Sie eher bei unterschiedlichen Onlineshops ein?

Onlineshop als Ergänzung

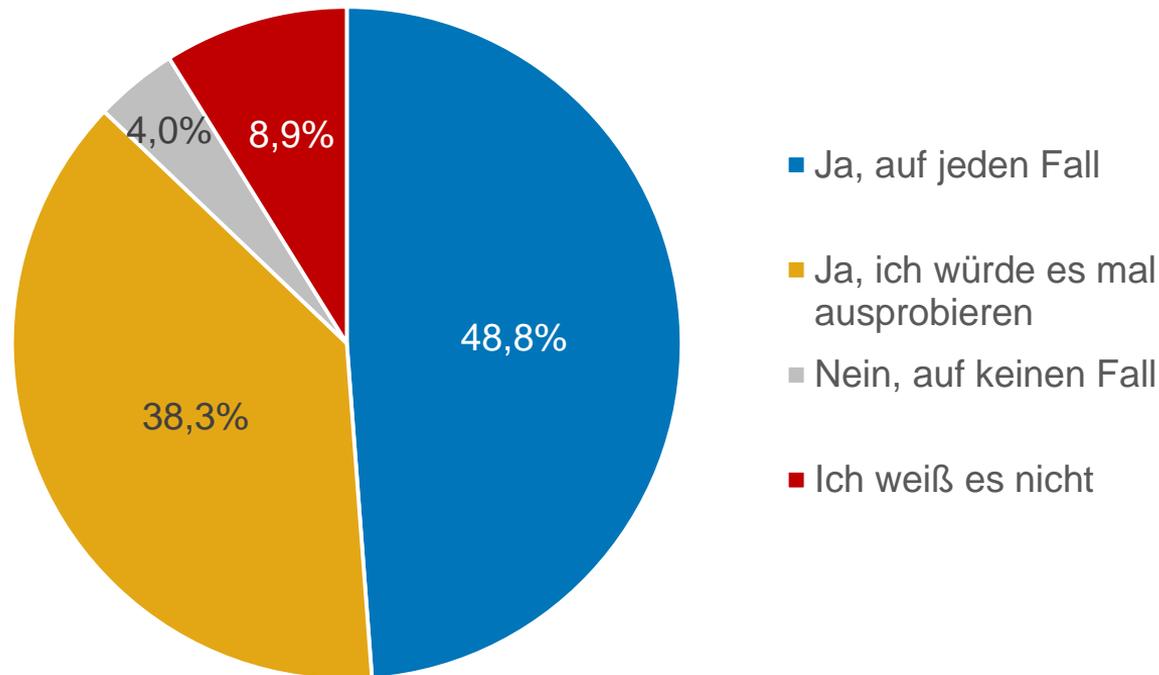


n=988

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Wie häufig würden Sie bei Ihrem stationären Händler auch online Wein oder Schaumwein kaufen, wenn er ein entsprechendes Angebot hätte?

Wein online im Lebensmittelhandel



n=553

Quelle: Eigene Darstellung

Frage: Würden Sie dort (wo Sie online Lebensmittel kaufen) auch Wein oder Schaumwein kaufen, falls es das Angebot gäbe?

Kundenprofil

- ▶ **Männer kaufen lieber online als Frauen**
 - ▶ Männer haben eine höhere Preisbereitschaft beim Weinkauf
- ▶ **Jüngere Kunden kaufen häufiger online als ältere**
 - ▶ Ältere Kunden bestellen größere Mengen
- ▶ **Jüngere Kunden geben pro Flasche mehr Geld aus**
 - ▶ Ältere Kunden sind preisbewusster und achten mehr auf Sonderangebote

Fazit

- ▶ Mehr als die Hälfte aller Befragten hat schon online Wein gekauft
 - ▶ ca. ein Drittel kauft regelmäßig online Wein
- ▶ Lieferung nach Hause und Zuverlässigkeit sind wichtigste Faktoren online
 - ▶ Preis und Angebot müssen stimmen
 - ▶ Expressversand ist nicht ausschlaggebend bei der Wahl des Shops
- ▶ Fast jeder Käufer würde das Onlineangebot seines stationären Händlers nutzen
- ▶ Zukünftig wollen fast 75% der Wein-Käufer den Online-Kanal nutzen