STARKES STUDIUM.
PRIMA ZUKUNFT.

HOCHSCHULE HEILBRONN

TECHNIK WIRTSCHAFT INFORMATIK

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

Wie wird der Händler selbst zur Marke – Zukunft sichern im harten Wettbewerbsumfeld mit einem starken Profil

Prof. Dr. Ruth Fleuchaus, Heilbronn

Zitat HDE

„Der Einzelhandel und das Kundenverhalten verändern sich rasant durch die Digitalisierung. Wir sehen einen umfassenden Strukturwandel.“

Stefan Gerth
Hauptgeschäftsführer im Handelsverband HDE,
LZ 25.09.2015

Lesenswertes LZ 2.10.2015

- „Amazon forciert Lebensmittelhandel weltweit“
- „Online Handel mit Lebensmittel in UK derzeit 11,4 Mrd Euro, in den nächsten 5 Jahren wird eine Verdoppelung erwartet“
- „Im ersten Quartal 2016 will Aldi in UK den Online Verkauf von Wein starten“
- „Die Zukunft liegt in innovativen Formen der Belieferung und des Service“
- „Dash Buttons an Waschmaschinen ermöglichen Waschmittel per Knopfdruck nachzubestellen“
- „Kaffeemaschinen bestellen Kapseln selbst nach“
- ……

Zitat HDE

„Der Einzelhandel und das Kundenverhalten verändern sich rasant durch die Digitalisierung. Wir sehen einen umfassenden Strukturwandel. Das bietet jedoch auch enormes Chancenpotential – auch für kleinere und mittlere Händler.“

Stefan Gerth
Hauptgeschäftsführer im Handelsverband HDE,
LZ 25.09.2015

Interview

„Früher hatte ich meinen Weinhändler in der Stadt. Aber ich war schon ewig nicht mehr da. Ich bekomme doch alles bei meinem XXX-Center um die Ecke. Die haben eine Weinabteilung, die richtig schön ist. Und ganz nebenbei kann ich auch noch all die anderen Dinge kaufen, die ich brauche. Da müsste mir mein früherer Fachhändler schon was ganz besonderes bieten, damit ich da wieder hingehe."

Verbatim, Interview, Männlich, berufstätig in gehobener Position, 2012, 2013, 2014

Interview

„…Und die Möglichkeiten Wein im Internet zu bestellen sind ja auch enorm heutzutage. Ich kann alles bequem abends oder am Wochenende bestellen und muss noch nicht mal meine Füße bewegen.“

Verbatim, Interview, Männlich, berufstätig in gehobener Position, 2014

Interview

„Kürzlich waren wir bei einem Weinladen, der neu aufgemacht hat; den haben Freunde uns empfohlen. Es hat Spaß gemacht, wir haben gute Weine probiert und die Kartons wurden sogar in den Kofferraum getragen. Da gehen wir bestimmt wieder hin, aber dafür braucht es Zeit und die ist sehr knapp; das ist dann schon wie Ausgehen, etwas Besonderes".

Verbatim, Interview,
weiblich, 45, selbständig, 2014

Interview

„Ich kann dort aber auch online bestellen, das werde ich auf jeden Fall nutzen. Dann bin ich unabhängig von Öffnungszeiten und muss mich am Wochenende nicht stressen…".

Verbatim, Interview,
weiblich, 45, selbständig, 2014

Zitat HDE

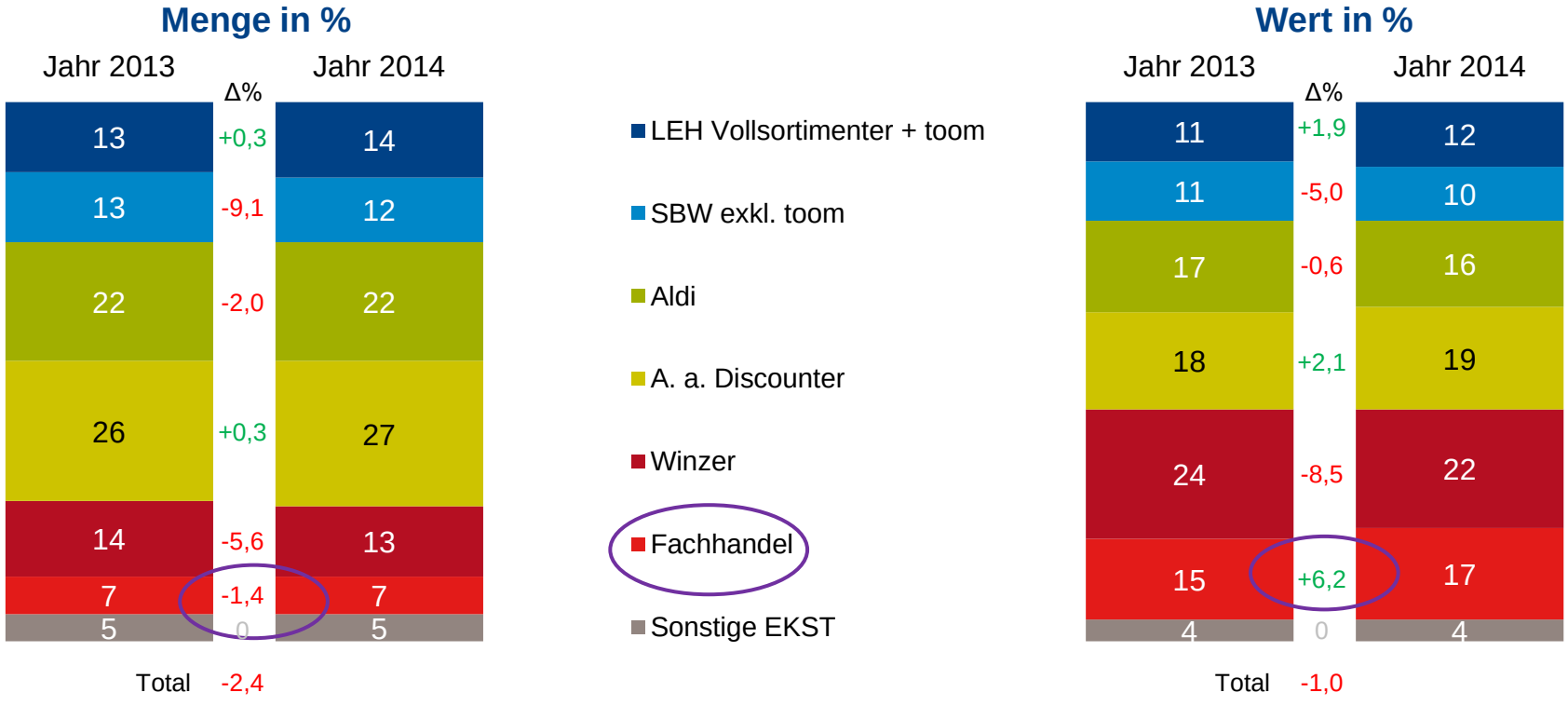
„Der Einzelhandel und das Kundenverhalten verändern sich rasant durch die Digitalisierung. Wir sehen einen umfassenden Strukturwandel. Das bietet jedoch auch enormes Chancenpotential – auch für kleinere und mittlere Händler.

Die Multi Channel Händler zählen zu den Gewinnern dieser Entwicklung“.

Stefan Gerth
Hauptgeschäftsführer im Handelsverband HDE,
LZ 25.09.2015

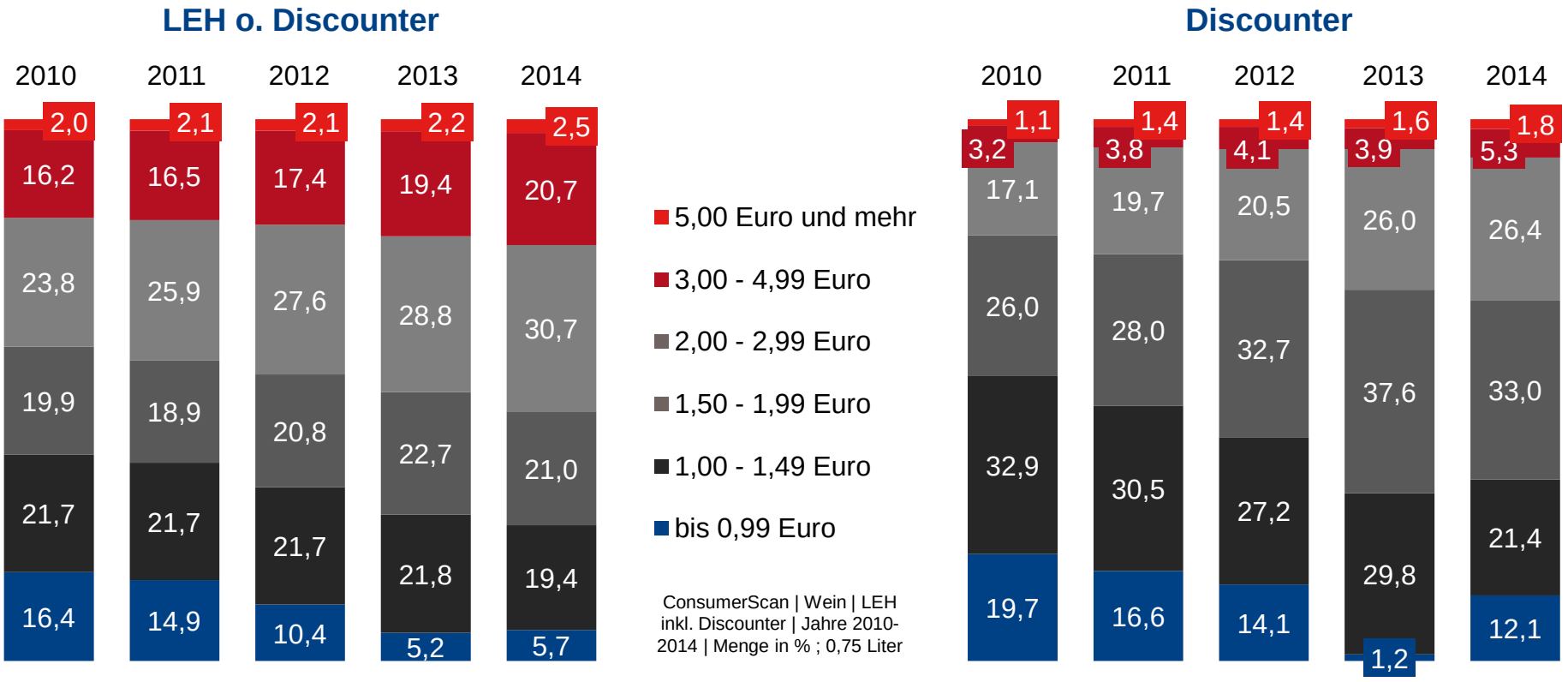
Gewinner LEH, Verlierer Direktvermarktung

Online Handel 2014 3% Marktanteil



ConsumerScan | Wein | D gesamt

Premium gewinnt sowohl im LEH als auch bei den Discountern an Bedeutung



EDEKA in Ihrer Region › Marktsuche EDEKA Rezeptsuche Produktsuche

Startseite > Bordeaux von Michel Rolland | EDEKA

Willkommen in unserem Weinregal

Der neue Bordeaux von Michel Rolland

Gute Bordeaux-Weine haben den Ruf teuer zu sein. Dass dem nicht so sein muss, beweist die Zusammenarbeit von EDEKA und dem französischen Weinmacher Michel Rolland. Daraus entstanden ist ein vollmundiger Rotwein aus den Rebsorten Merlot, Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc und Petit Verdot, der in Deutschland ausschließlich bei EDEKA erhältlich ist.

Michel Rolland wählt für seinen Bordeaux ausschließlich beste Weintrauben aus ausgesuchten Lagen, die nach einem speziellen Verfahren vinifiziert

Exklusiv bei EDEKA

Erhältlich ist der vollmundige und edle Spitzenrotwein von Michel Rolland ab November exklusiv bei EDEKA zum Preis von 7,99 Euro (UVP).

Interview

„Früher hatte ich meinen Weinhändler in der Stadt. Aber ich war schon ewig nicht mehr da. Ich bekomme doch alles bei meinem XXX-Center um die Ecke. Die haben eine Weinabteilung, die richtig schön ist. Und ganz nebenbei kann ich auch noch all die anderen Dinge kaufen, die ich brauche. Da müsste mir mein früherer oder zukünftiger Fachhändler **schon was ganz besonderes bieten**, damit ich da wieder hingehe.“

Verbatim, Interview, männlich, berufstätig in gehobener Position, 2012, 2013, 2014

Das Besondere

Wo liegt der Mehrwert / das Alleinstellungsmerkmal / der USP / die Einzigartigkeit unseres Angebotes / unseres Unternehmens ?

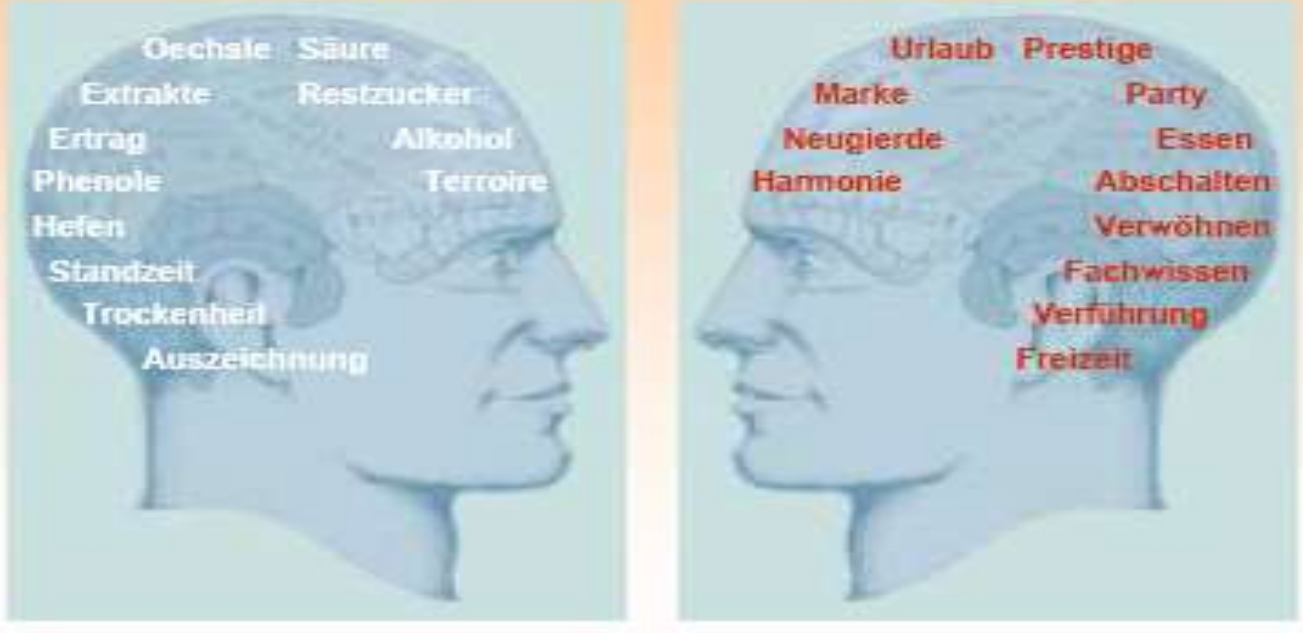
→ Zielgruppen abhängig

Zielgruppe

Wein und Emotionen

3 %

97 %



Zielgruppenorientierung

„Wer wettbewerbsfähig sein will, braucht eine zielgruppenorientierte Strategie, die durch einen **eindeutig erkennbaren Kundennutzen** und ein **klares Profil** gekennzeichnet ist.“

Akademie.de 2015

Erkennbarer Kundennutzen

Unternehmen	Produktorientierung	Nutzenorientierung
BMW	Wir verkaufen Autos	„Freude am Fahren“
Volks-/Raiffeisenbanken	Wir verleihen Geld und legen es an	Wir machen den Weg frei
BASF	Wir verkaufen Düngemittel und Schädlingsbekämpfer	Wir steigern die landw. Produktivität
ARAG	Wir versichern Sie in Rechtsangelegenheiten	Wir wollen, dass Sie Ihr Recht bekommen
Apotheker	„Ich bin Arzneimittelexperte“	„Ich bin Gesundheitsberater“
Wein	„Ich bin Weinhändler“	„Ich bin …..?“

Klares Profil

- Hat unser Leistungsangebot aus Sicht der Kunden ein Merkmal, das gegenüber der Konkurrenz einzigartig ist?
- Was hat der Kunde davon, wenn er zu mir kommt?
- Was macht mein Unternehmen einzigartig?
- Womit unterscheide ich mich von der Konkurrenz?
- Wie kann ich meine eigene Stärke definieren?

Konkurrenz

Geben Sie den Begriff **Weinhandel** in Google ein, erhalten Sie aktuell **930 000** Einträge

- ✓ Gute Preise & schneller Versand **…**
- ✓ supergünstig Wein kaufen online **…**
- ✓ Angebot aus über 400 internationalen Weinen auf über 300qm Laden- und Lagerfläche - besuchen Sie uns vor Ort oder bestellen Sie versandkostenfrei in **…**
- ✓ Für Privatkunden, Gewerbe und Gastronomie. kompetente und umfassende Beratung; Verkauf /Lieferung auch von Kleinmengen; individuelle Präsente aller **...**
- ✓ Ein sehr gut sortiertes Sortiment, von feinen kleinen Winzer-Familienbetrieben, kompetente Beratung sowie gutes Preis-Leistungsverhältnis erwarten Sie **…**
- ✓ Für Weinliebhaber und Interessenten individueller, regionstypischer Weine **…**
- ✓ **… … … … … auf 59 Seiten!**

Konkurrenz

- 2000 arbeitende Fachhandelsadressen
  - 600 filialisierte Händler
  - 1500 nicht systemgebundene Händler
- 73 % Umsatz < 300 000 € Bruttojahresumsatz
  - Viele Nebenerwerbshändler

C. Jung, Geisenheimer Berichte 2012

Leitfrage

Wie positioniert sich der „Fachhandel“ im harten Wettbewerbsumfeld?

Die Positionierung

Die **Positionierung** ist das gezielte, planmäßige Schaffen und Herausstellen von Stärken und Qualitäten, durch die sich ein **Unternehmen** bei der **Zielgruppe** klar und positiv von anderen unterscheidet.

Positionierung

Mit einem klaren Profil im Kopf des Kunden
einen festen Platz sichern !

Der Kopf des Kunden

Mein Leistungsangebot

Die eigene Stärke - Das klare Profil

Markierung

Profil schafft Markierung!

Markierung macht **Marke**

Inhaltliche Positionierung

+

Äußeres Erscheinungsbild

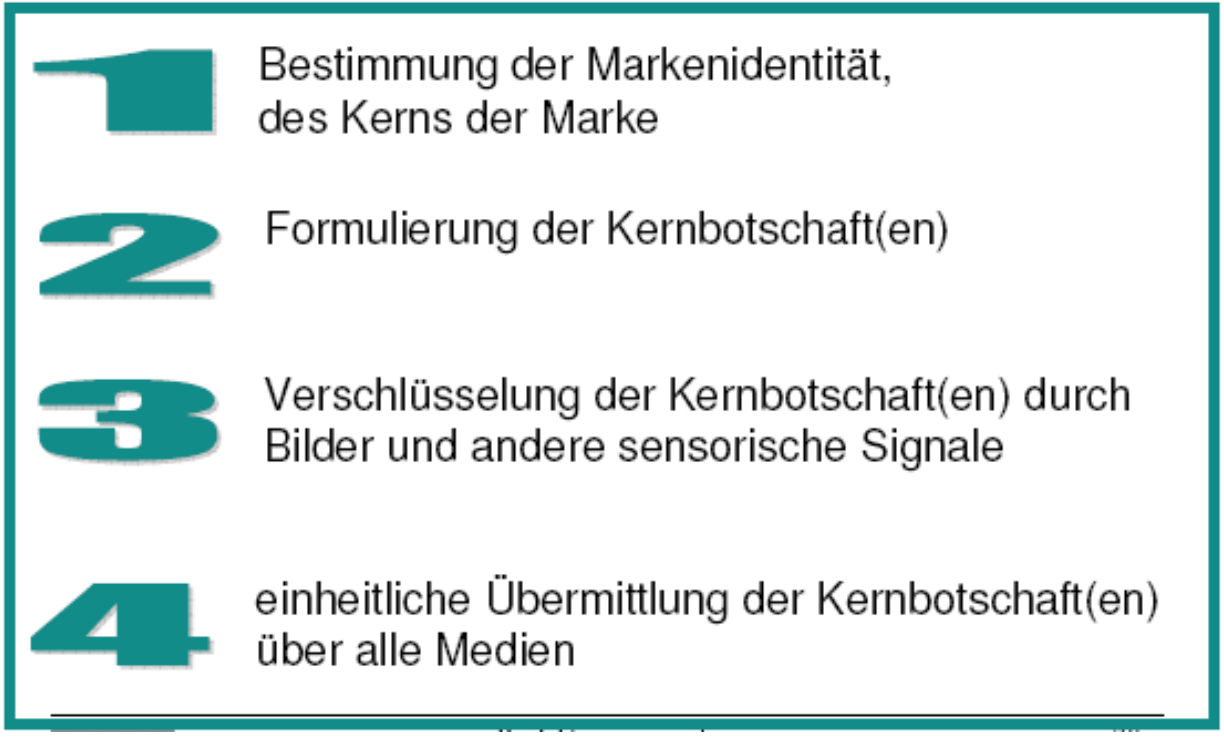
Was ist eine Marke?

Die Marke ist ein in der Psyche des Konsumenten fest verankertes, unverwechselbares Vorstellungsbild von einem Produkt, einer Dienstleistung oder einer Unternehmung.

Zur Markenkennzeichnung dienen alle Zeichen, die geeignet sind, das Leistungsportfolio zu kennzeichnen und von demjenigen anderer Unternehmen zu unterscheiden.

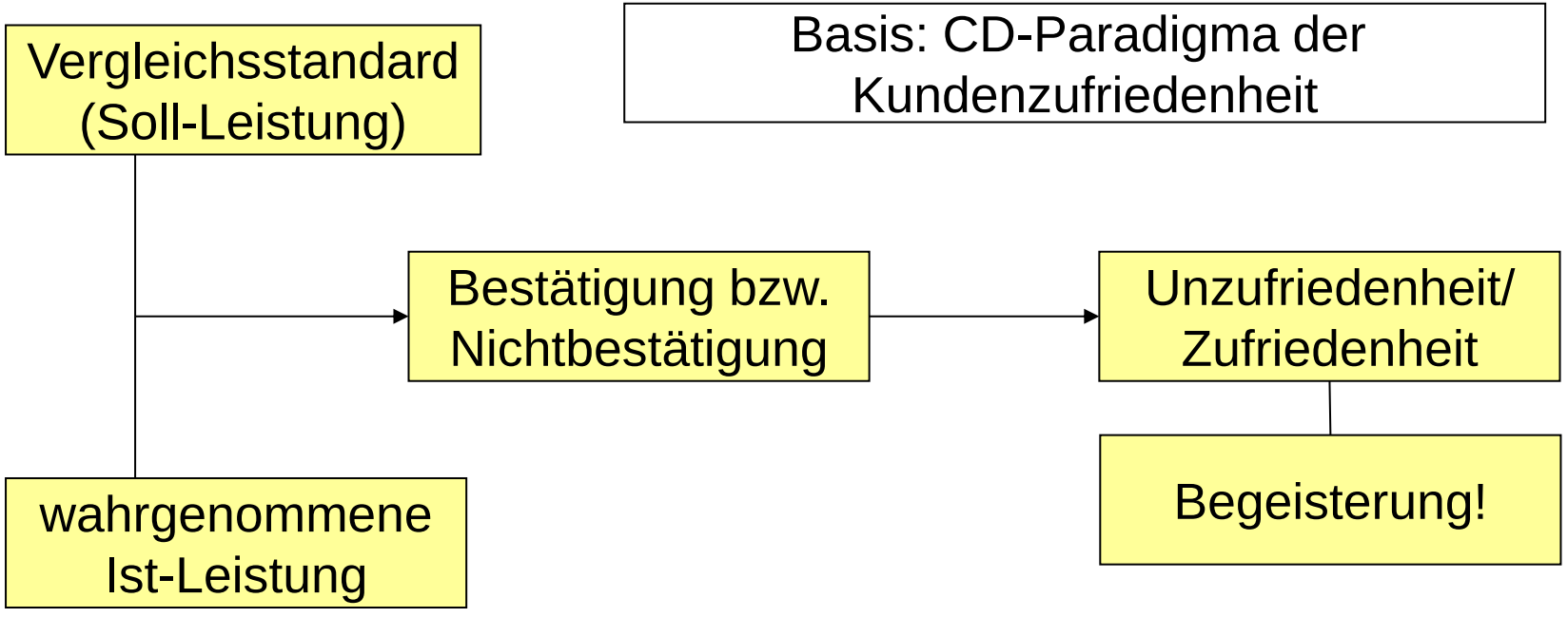
Ihr Zeichen?

Prozess der Positionierung



Kern der Marke – ein kreativer Prozess

Komponenten der Kundenzufriedenheit

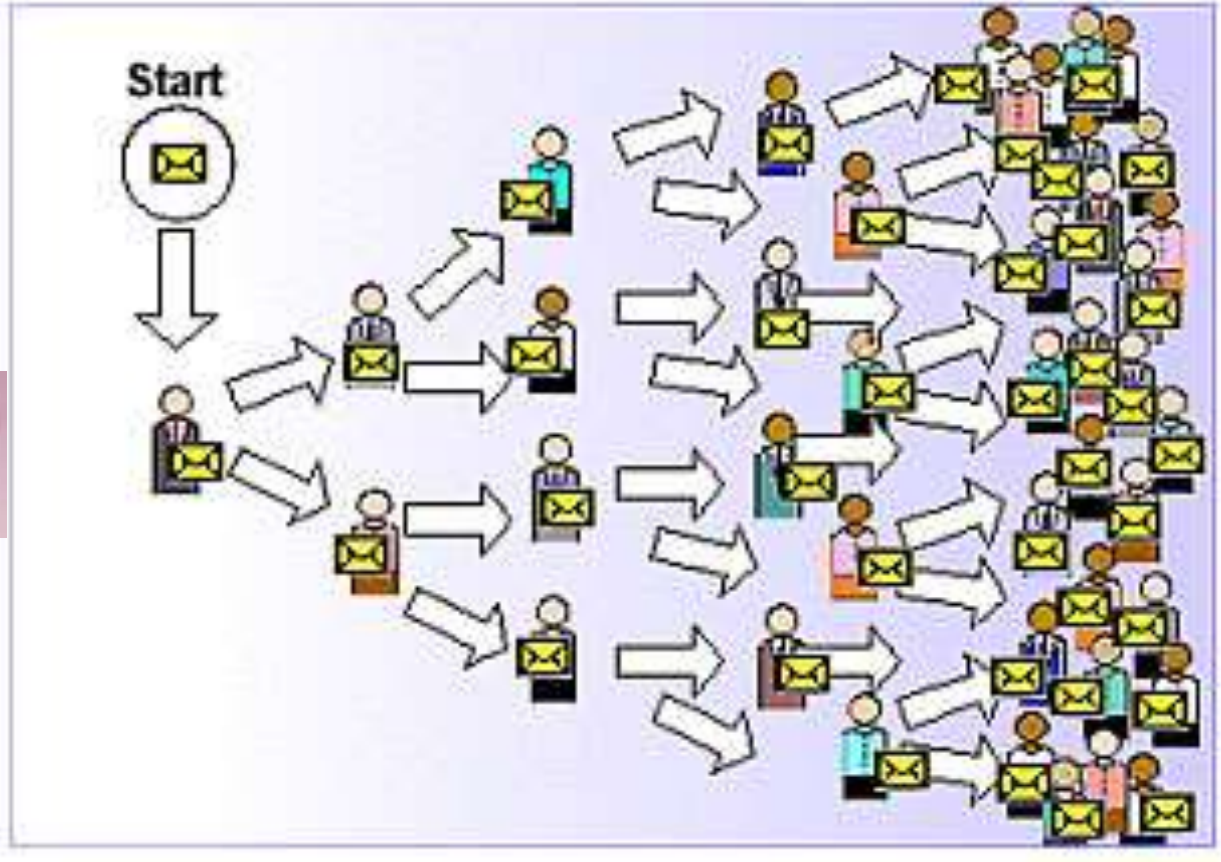


Empfehlungsmarketing

Word of Mouth Marketing

„Mein Weinhändler“

Empfehlungsmarketing



Empfehlungsmarketing

Werben Sie noch oder empfiehlt man Sie schon?

Informationsverhalten

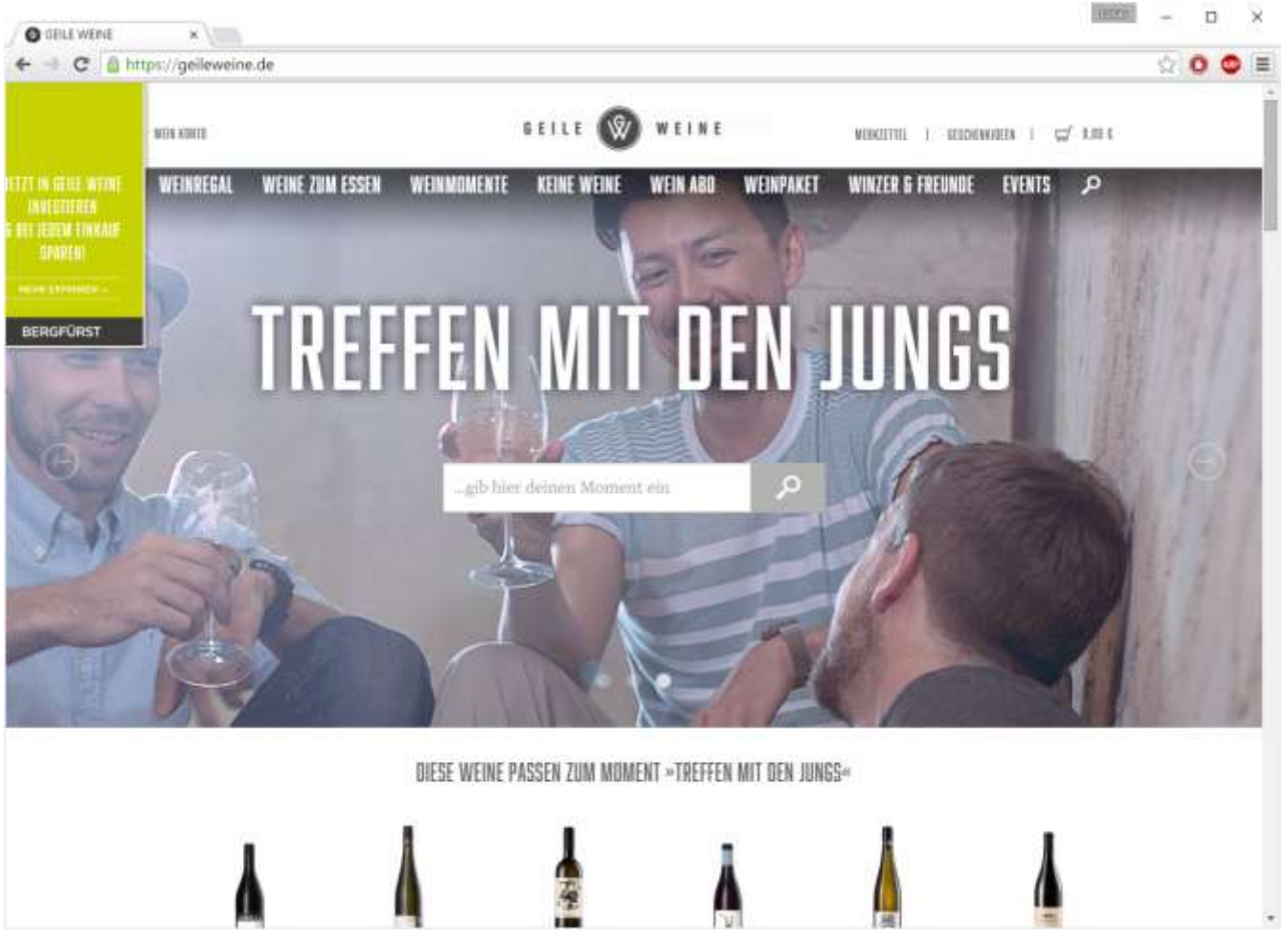
- Wie informieren Sie sich über Wein?
- 64 % über Empfehlungen von Freunden und Bekannten

Repräsentative Onlinebefragung
in Deutschland, 1.052 Interviews,
das mafowerk, Nürnberg Mai, 2012

Mit Profil kommt man in aller Munde!

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

- Ruth.Fleuchaus@hs-heilbronn.de
- **Hochschule Heilbronn - Weinbetriebswirtschaft**


GEILE WEINE
https://geileweine.de
GEILE WEINE
WEINREGAL
WEINE ZUM ESSEN
WEINMOMENTE
KEINE WEINE
WEIN ABO
WEINPAKET
WINZER & FREUNDE
EVENTS
BERGFÜRST
TREFFEN MIT DEN JUNGS
...gib hier deinen Moment ein
DIESE WEINE PASSEN ZUM MOMENT »TREFFEN MIT DEN JUNGS«