

ECR Academic Student Award 2017

Kerstin Klatt, BA

Institut für Kommunikation, Marketing & Sales
an der Fachhochschule Wien der WKW
Kommunikationswirtschaft

Bachelorarbeit

Betreuer: Dr. Arne Floh

Titel der Arbeit

„Theoretische & quantitative Analyse und Empfehlungen für den Online-Shop von Lebensmittel-Einzelhändlern in Österreich“

Forschungsfragen

Hauptforschungsfrage

Welche Aspekte müssen bei der Implementierung eines Online-Shops für Lebensmitteln im österreichischen Einzelhandel beachtet werden?

Subforschungsfragen

- Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Zeitersparnis und der Bereitschaft einen Online-Shop für Lebensmittel in Österreich zu nutzen?
- Besteht ein Zusammenhang zwischen der Loyalität im Offline-Lebensmittel-Einzelhandel und der Bereitschaft den dazugehörigen Online-Shop für Lebensmittel zu nutzen?
- Welche Kommunikationsmöglichkeiten können Lebensmittel-EinzelhändlerInnen anwenden, um Akzeptanz für den Online-Vertriebsweg hervorzurufen?

Methodik

Charakteristisches Merkmal	Designspezifische Ausprägung
Methodologie	Quantitative Befragung
Erhebungsform	Geschlossener Online-Fragebogen
Grundgesamtheit	ProbandInnen aus der Generation Y im Alter von 18 bis 39 Jahren mit Internetzugang, ohne Erfahrung mit dem Lebensmittel-Einkauf über einen Online-Shop
Befragungsort	Österreich via Internet
Auswahlverfahren	Zufällige Auswahl
Untersuchungszeitraum	Jänner 2017
Stichprobenumfang	194 TeilnehmerInnen (139 weiblich, 55 männlich)
Auswertungsmethode	Deskriptive und Analytische Statistik (SPSS & MS Excel)

Ergebnisse



KonsumentInnen legen sehr viel Wert auf eine Zeitersparnis beim Online-Einkauf von Lebensmitteln.



Die Generation Y ist gegenüber dem stationären Lebensmittel-Geschäft loyal eingestellt, jedoch kann diese Loyalität nicht automatisch auf den Online-Shop übertragen werden.



Das Vorhandensein einer Kommunikationsplattform für den Austausch fördert die Bereitschaft zur Nutzung.

Relevanz für ECR / ECR-Mitgliedsunternehmen

- KonsumentInnen ein besseres, effizienteres und nachhaltiges Online-Angebot bzw. Service beim Kauf von Lebensmitteln bieten.
- Bei KundInnen mehr Akzeptanz für Online-Shops im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel generieren.
- Verständnis/Insights für die KundInnen-Erwartungen erzeugen.

Kontakt Daten

Kerstin Klatt, BA

kerstin.klatt@hotmail.com

www.linkedin.com/in/kerstin-k

www.xing.com/profile/Kerstin_Klatt3

- Zertifizierte ECR-Managerin
- Marketing Trainee, NetApp Austria GmbH

