

Caroline Jung

Strukturen und Erfolgsfaktoren des Weinfachhandels in Deutschland

Geisenheim, 2012

ISBN 13 978 3 934 742 58 1

Herausgeber: Gesellschaft zur Förderung
der Hochschule Geisenheim

Satz: Caroline Jung

Eur 15,00

DISSERTATION

Strukturen und Erfolgsfaktoren des Weinfachhandels in Deutschland

Der Absatz qualitativ hochwertiger Weine über den Lebensmitteleinzelhandel und den Discount hat in den letzten Jahren deutlich zugenommen. Insgesamt werden etwa zwei Drittel der Weine in Deutschland über diese beiden Kanäle abgesetzt. Damit stellen sie einen wichtigen Wettbewerber für den traditionellen Weinfachhandel dar, über dessen Bedeutung in der Branche derzeit große Unklarheit besteht. Obwohl der Weinfachhandel als traditioneller Partner der vielen kleineren Weingüter ein wichtiger Absatzkanal ist, gibt es bisher kaum Informationen über seine Strukturen, die verfolgten Strategien und Erfolgsfaktoren. Das Ziel der Dissertation bestand darin diese Wissenslücke zu schließen. Um dieses zu erreichen, wurde eine empirische Erhebung durchgeführt, in deren Rahmen 200 Weinfachhändler persönlich vor Ort interviewt wurden. Der Bezugsrahmen der empirischen Untersuchung basiert auf dem Konzept strategischer Gruppen, das durch Erkenntnisse der Strategie- und Erfolgsforschung ergänzt wird.

