

Idee

Ist die Nutzung von E-Sports im stationären Getränkefachhandel sinnvoll und wenn ja, in welcher Form?



Das Team



Alexander Wedler

- 25 Jahre
- EDEKA RR
- Krefeld

Lukas Genehr

- 21 Jahre
- LIDL
- Siegen

Tim Langnickel

- 22 Jahre
- LIDL
- München

Yannik Tech

- 23 Jahre
- REWE
- Heilbronn

Noah-Ferenc
Lehner

- 21 Jahre
- EDEKA NST
- Würzburg

Agenda

Idee

Status Quo

Umfrage

Experteninterview

Gruppendiskussion

Handlungsempfehlungen

Fazit

Quellen

Agenda

Idee

Status Quo

Umfrage

Experteninterview

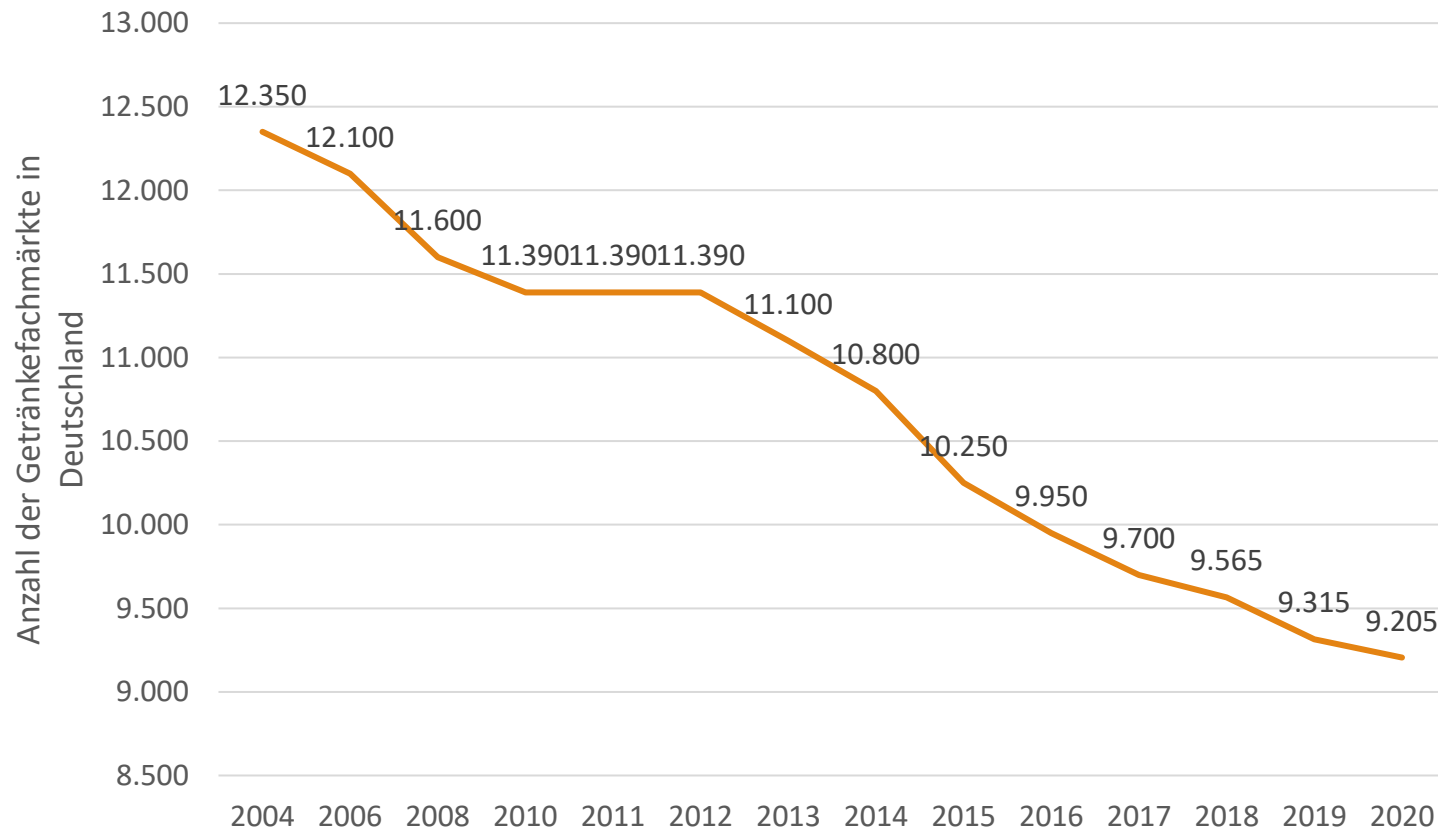
Gruppendiskussion

Handlungsempfehlungen

Fazit

Quellen

Das Aussterben des Getränkefachhandels?

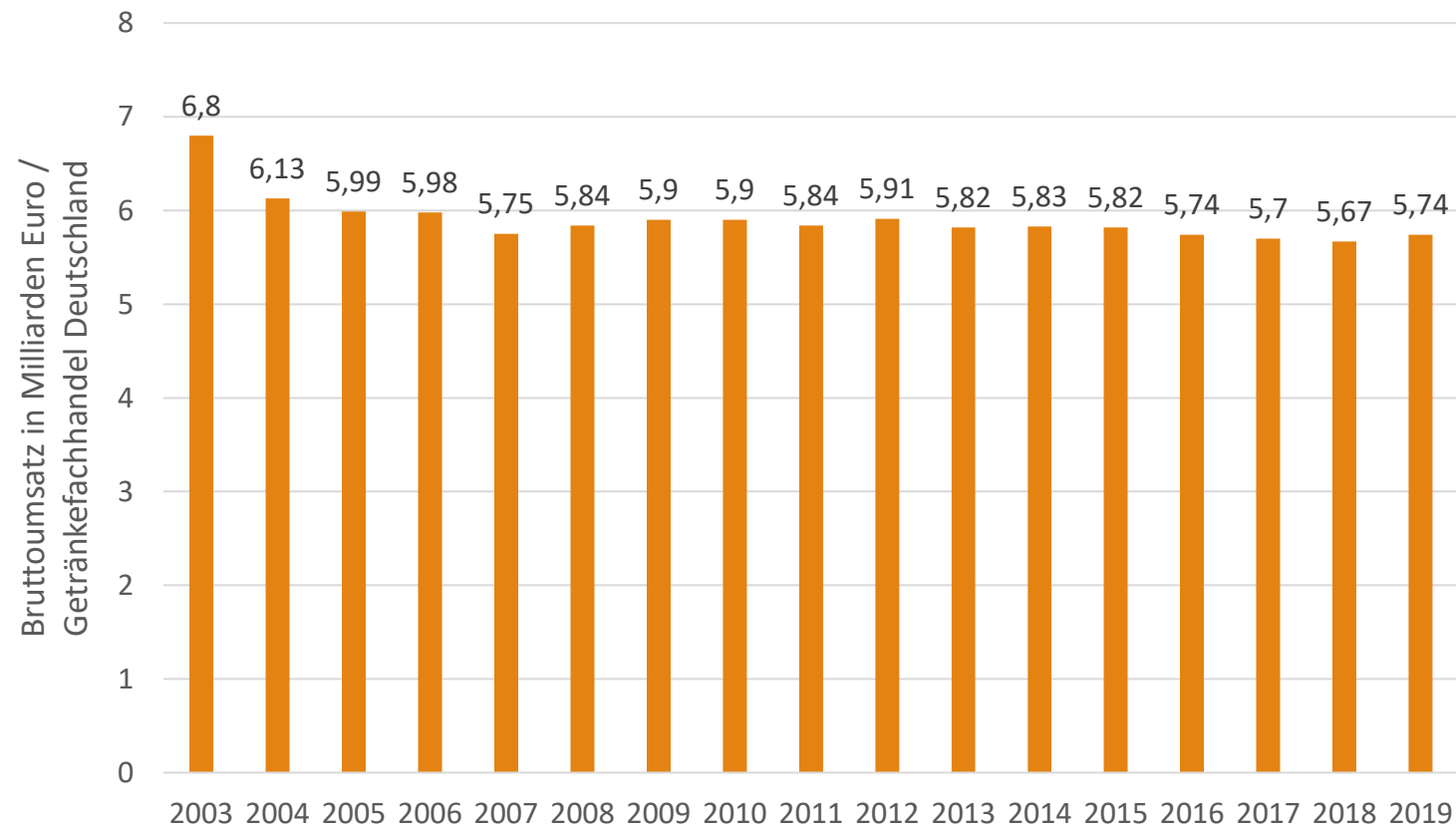


Quelle: https://www.iriworldwide.com/IRI/media/IRIClients/International/de/-GG2020_Deutsch.pdf

Mögliche Gründe:

- Zunehmender Getränkekauf im LEH
- One-Stop Shopping wird attraktiver
- Online Wettbewerb wächst
- Attraktivität der Getränkemarkte sinkt

Das Aussterben des Getränkefachhandels?

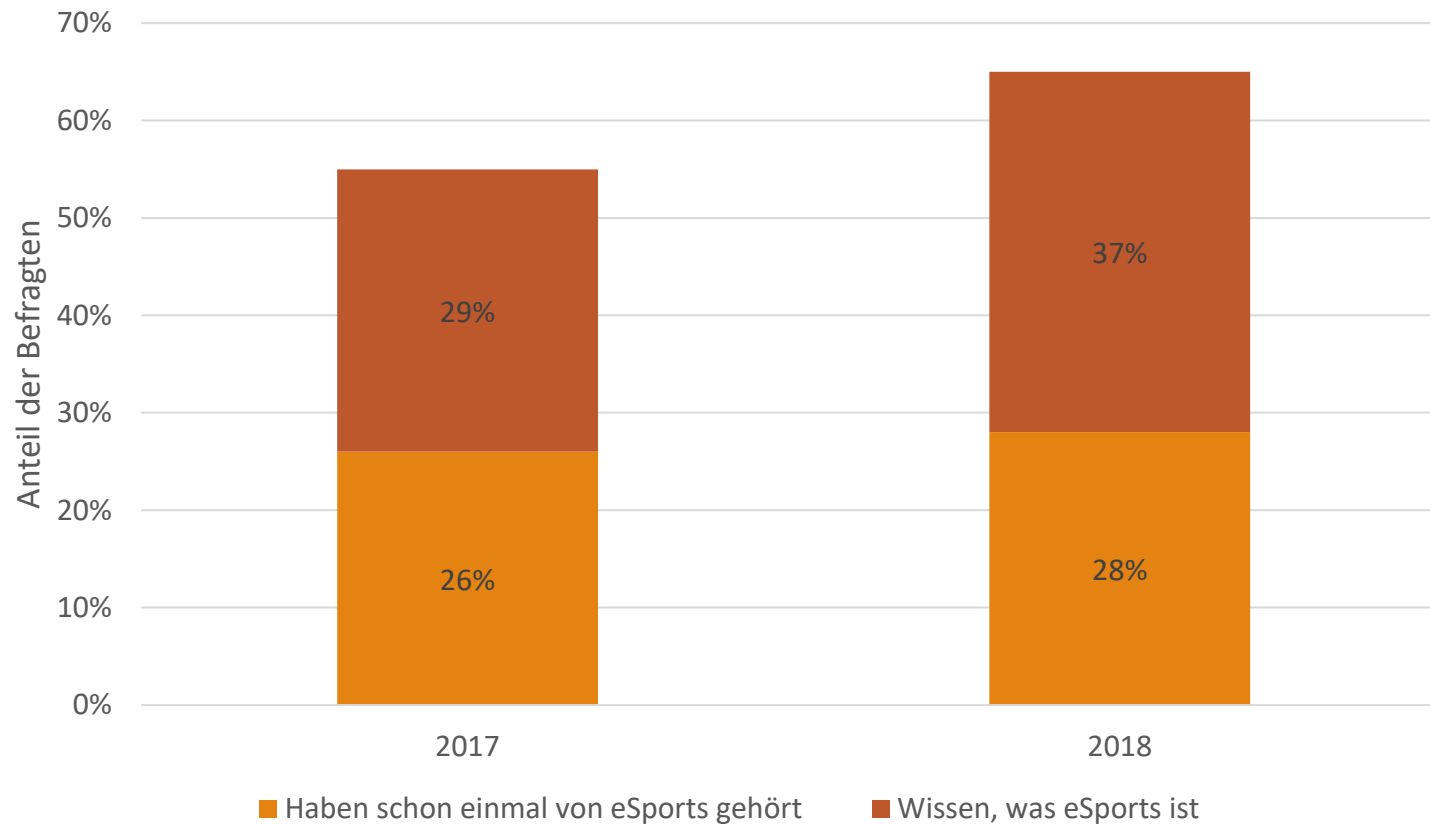


Quelle: IRI - Grundgesamtheiten Deutschland 2020, Seite 44

Mögliche Gründe:

- Pro Kopf Umsatz steigt
- Durchschnitts-Bon steigt
- Anzahl Kunden steigt
- Frequenz der Kunden steigt

E-Sports – The Rising Star?

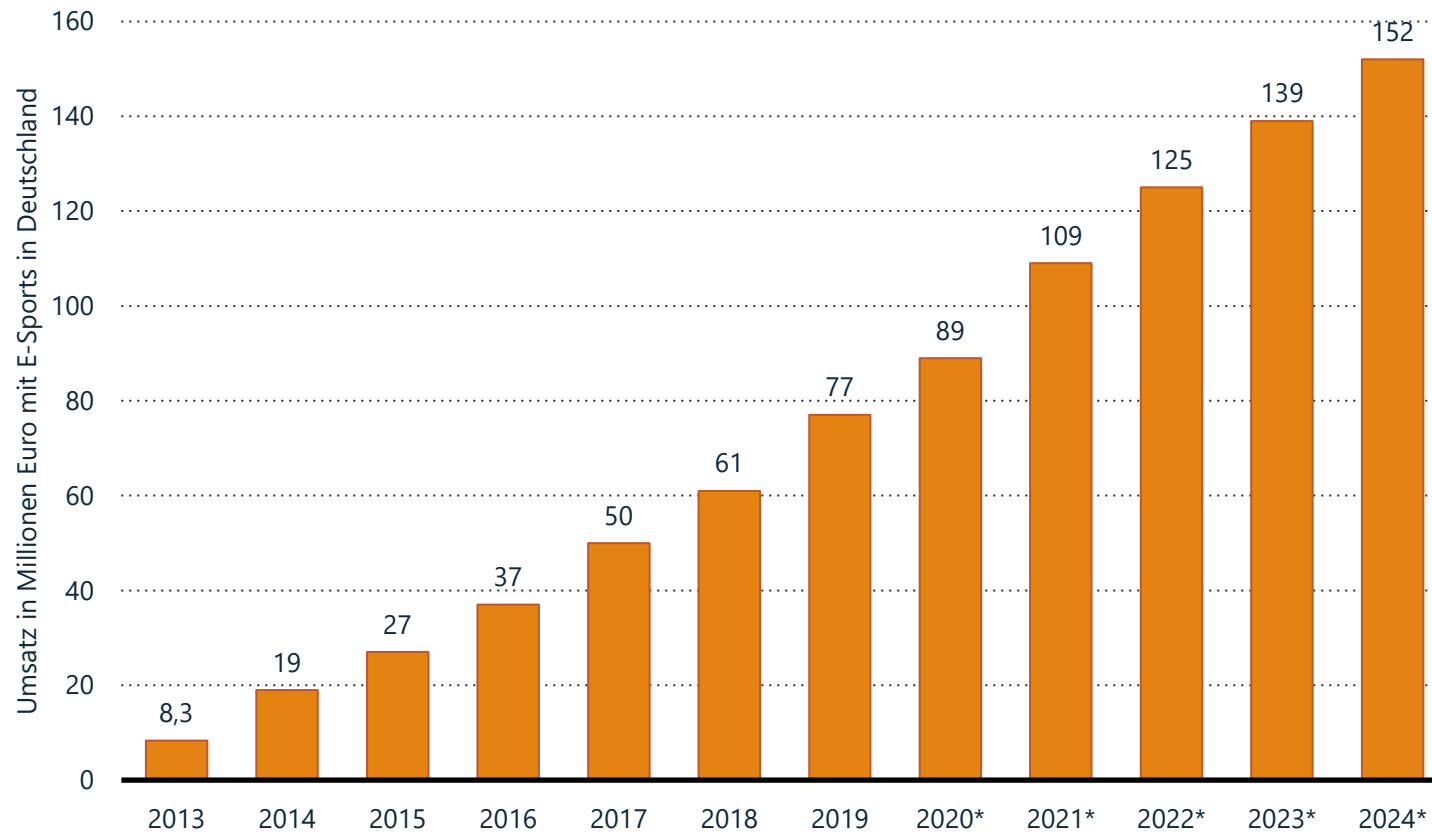


Quelle: <https://www.game.de/blog/2019/02/14/jeder-fuenfte-deutsche-schaltet-bei-esports-ein/>

Mögliche Gründe:

- Megatrend Digitalisierung
- E-Sport im TV
- Steigende Medienpräsenz
- Gamer als Vorbild
- Wandel der Wahrnehmung auch bei älteren Menschen
- E-Sport als Wirtschaftsfaktor

E-Sports – The Rising Star?



Quelle: <https://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/german-entertainment-and-media-outlook-2020-2024.html>

Mögliche Gründe:

- E-Sports ist im Mainstream angekommen
- Hype von Gamern auf YouTube & Facebook
- Ansprache einer größeren Zielgruppe
- Wachsendes Interesse auch bei Unternehmen

Kooperationen zwischen E-Sport & namenhaften Getränkemarken



Agenda

Idee

Status Quo

Umfrage

Experteninterview

Gruppendiskussion

Handlungsempfehlungen

Fazit

Quellen

Empirische Erhebungsmethode Umfrage

Charakteristika

- Empirisches Instrument der Datenerhebung in der Sozialforschung
- Quantitative Forschung
- Standardisierte Befragung aller Teilnehmer
- Erhebung eines kollektiven, gesellschaftlichen Meinungsbildes



Unsere Forschung

- Um die verknüpfenden Punkte zu finden ist ein kollektives Bild notwendig
- Die Sichtweise aller Altersgruppen lässt auf die tatsächliche Zielgruppe schließen
- Welche Konzeption kommt beim Endverbraucher am besten an?
- Wie schafft man verknüpfende Punkte in einem Getränkemarkt?

Aufbau der Umfrage

Gaming:

5 Fragen

1. Bekanntheit von Geräten
2. Gerätenutzung
3. Häufigkeit der Nutzung
4. Bekanntheit von Spielekategorien
5. Spielenutzung

E-Sport:

5 Fragen

1. E-Sport Kenntnisse
2. Teilnahme an E-Sport
3. Plattform Streaming
4. Häufigkeit von Streaming
5. Interesse an einer Teilnahme

Getränkeeinkauf:

6 Fragen

1. Kaufen Sie Getränke ein
2. Einkaufsstätte
3. Häufigkeit des Getränkeeinkaufs
4. Dauer des Einkaufs
5. Wöchentliche Ausgaben
6. Verteilung Ausgaben

Getränkeeinkauf & (E-Sport) Events:

5 Fragen

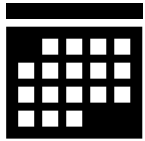
1. Interesse an Veranstaltungen im Markt
2. Eventbesuche
3. Teilnahme an E-Sport Event im Markt
4. E-Sport als Anreiz
5. Anreiz durch weitere Boni

Demographische Daten:

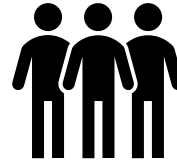
4 Fragen

1. Alter
2. Geschlecht
3. Haushaltsform
4. Einkommen

Basisdaten Umfrage



Beginn: 19.01.2021
Ende: 10.02.2021
Laufzeit: 23 Tage



Teilnehmer: 330
Männlich: 216 (65%)
Weiblich: 113 (35%)
Divers: 1 (<1%)



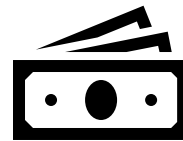
Durchschnittliche
Antwortzeit:
4:57 Minuten

Basisdaten Umfrage



Altersverteilung:

<18: 10
19-25: 156
26-35: 82
36-50: 50
51-67: 26
>67: 6



Einkommen:

Kein Einkommen: 23
Bis 999€: 51
1000-1999€: 98
2000-2499€: 70
2500-3499€: 52
Über 3500€: 34



Haushaltsform:

Single Haushalt: 73
WG: 37
In einem Haushalt mit dem Partner: 86
Familien Haushalt: 96
Ein Elternteil mit Kind: 25
Sonstige: 13

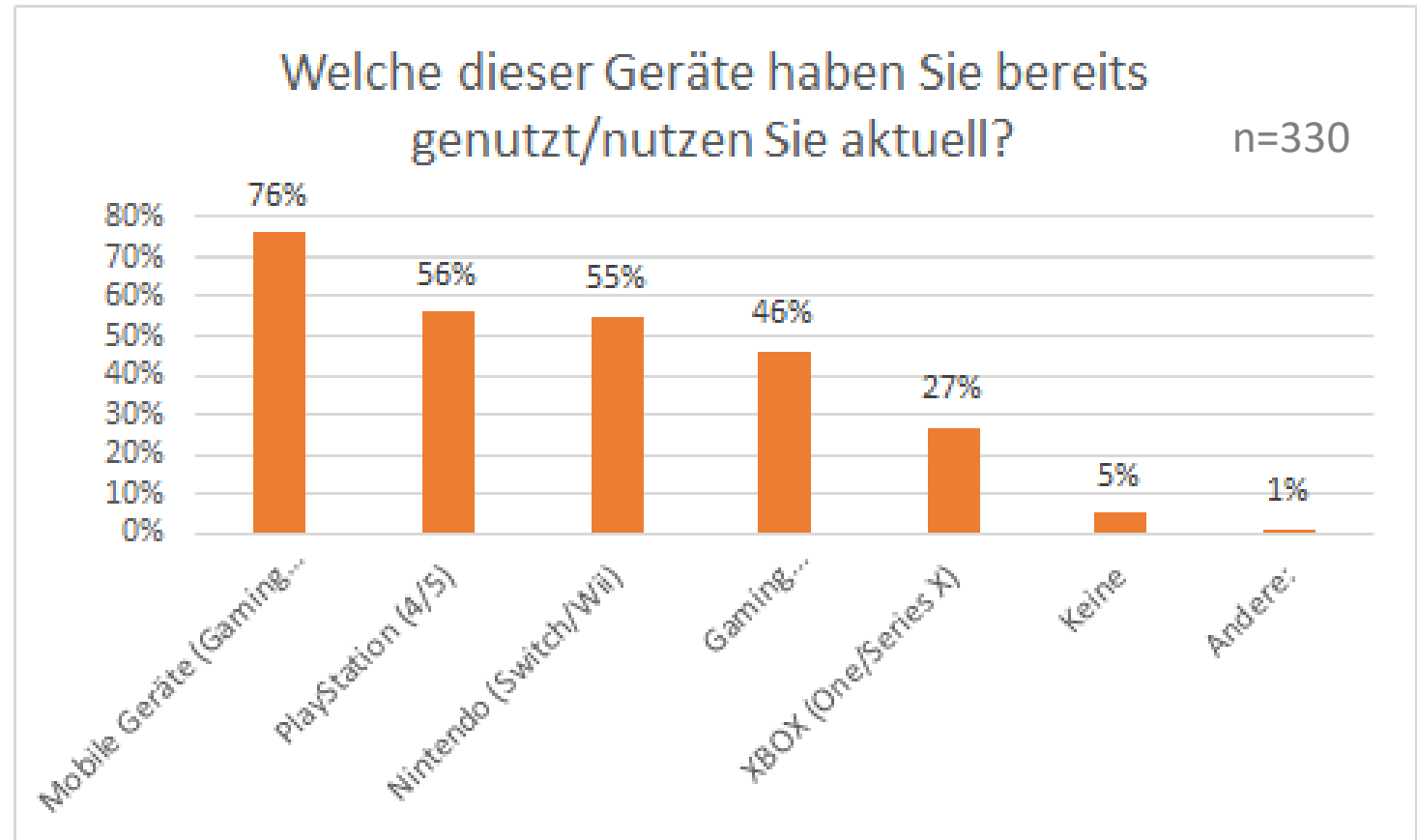
Ergebnisse Umfrage

Top 3:

1. Mobile Geräte
2. Playstation (4/5)
3. Nintendo (Switch/Wii)

Zusammenfassung der Ergebnisse:

- Smartphone nicht relevant für E-Sport-Event
- Playstation (4/5) & Nintendo (Switch/Wii) am beliebtesten



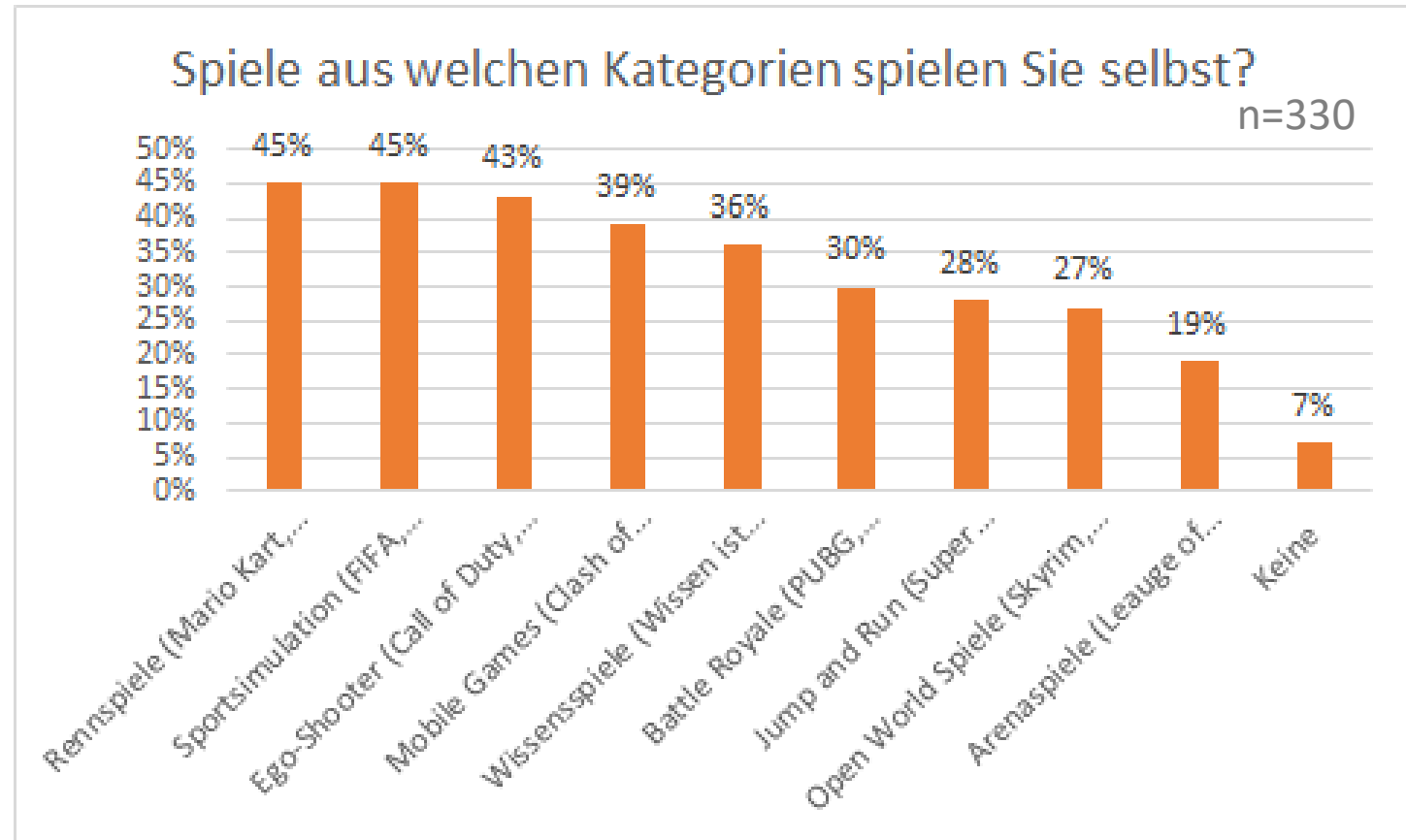
Ergebnisse Umfrage

Top 3:

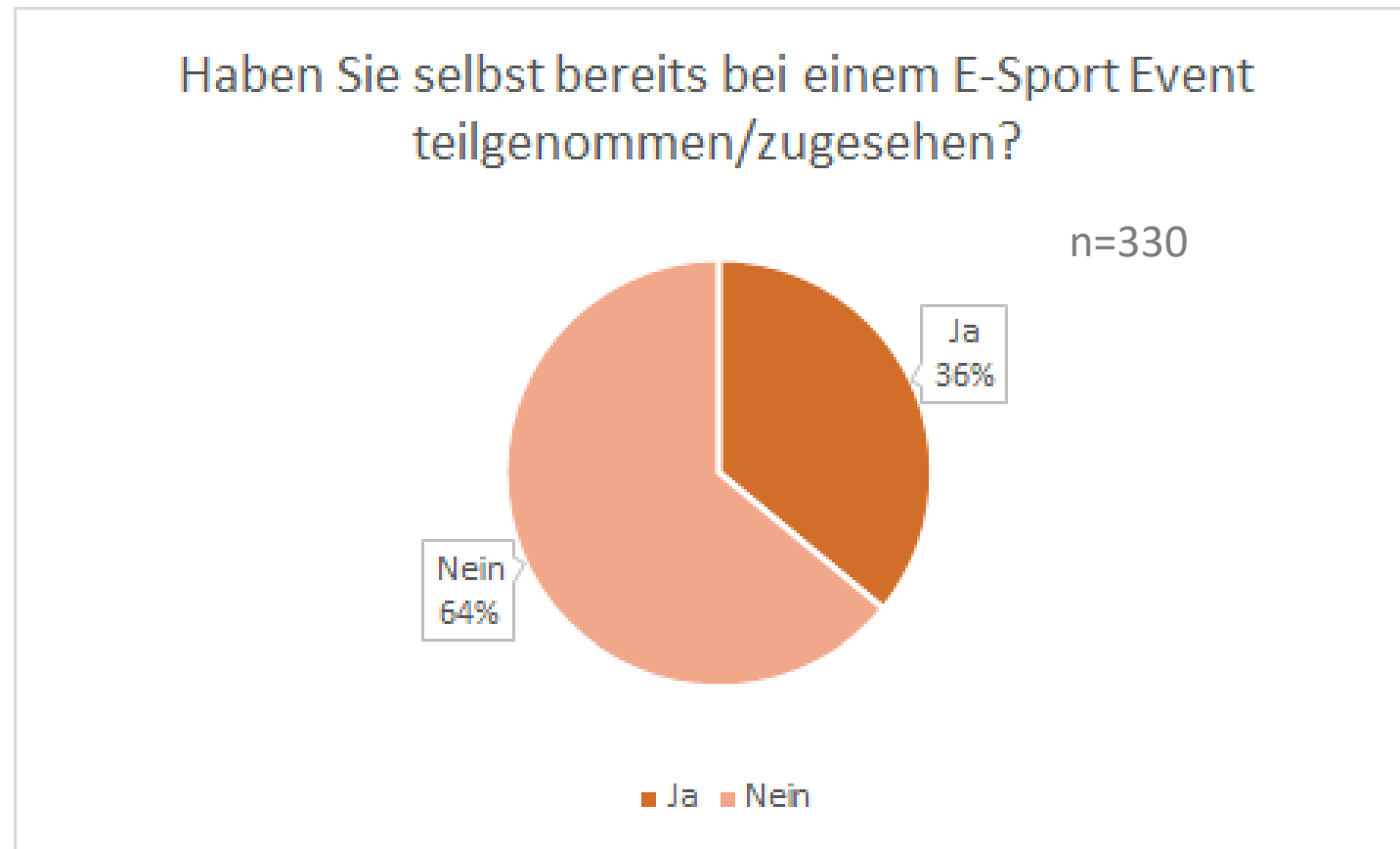
1. Rennspiele
2. Sportsimulation
3. Ego-Shooter

Zusammenfassung der Ergebnisse:

- Rennspiele & Sportsimulationen am beliebtesten
- Ego-Shooter FSK 18



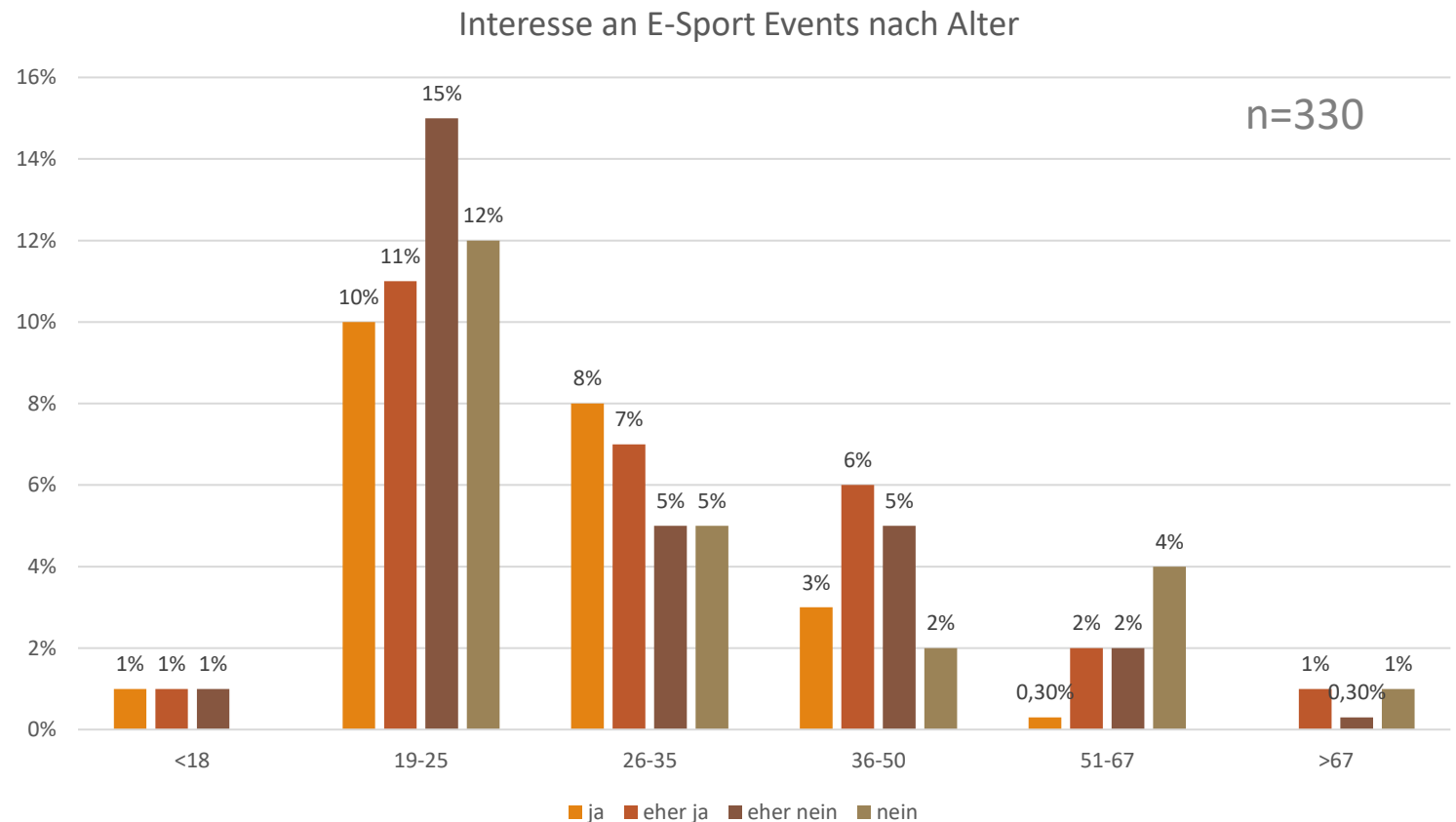
Ergebnisse Umfrage



Ergebnisse Umfrage

Zusammenfassung der Ergebnisse:

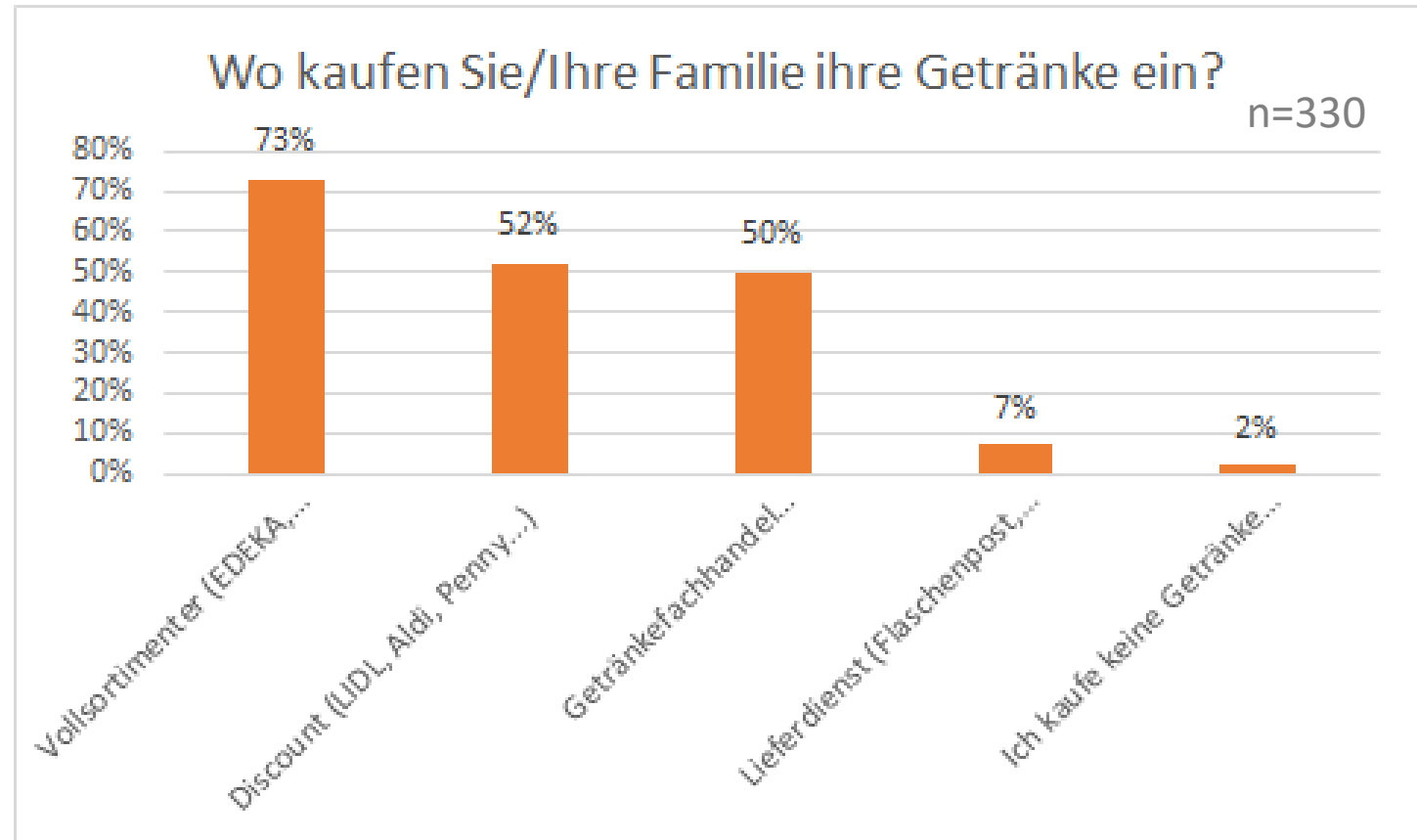
- ca. 50% der Teilnehmer hätten zumindest eher Interesse
- Interesse vor Allem in den Altersgruppen 26-35 & 36-50 stark ausgeprägt
- Kaum Interesse in der Altersgruppe 50+



Ergebnisse Umfrage

Zusammenfassung der Ergebnisse:

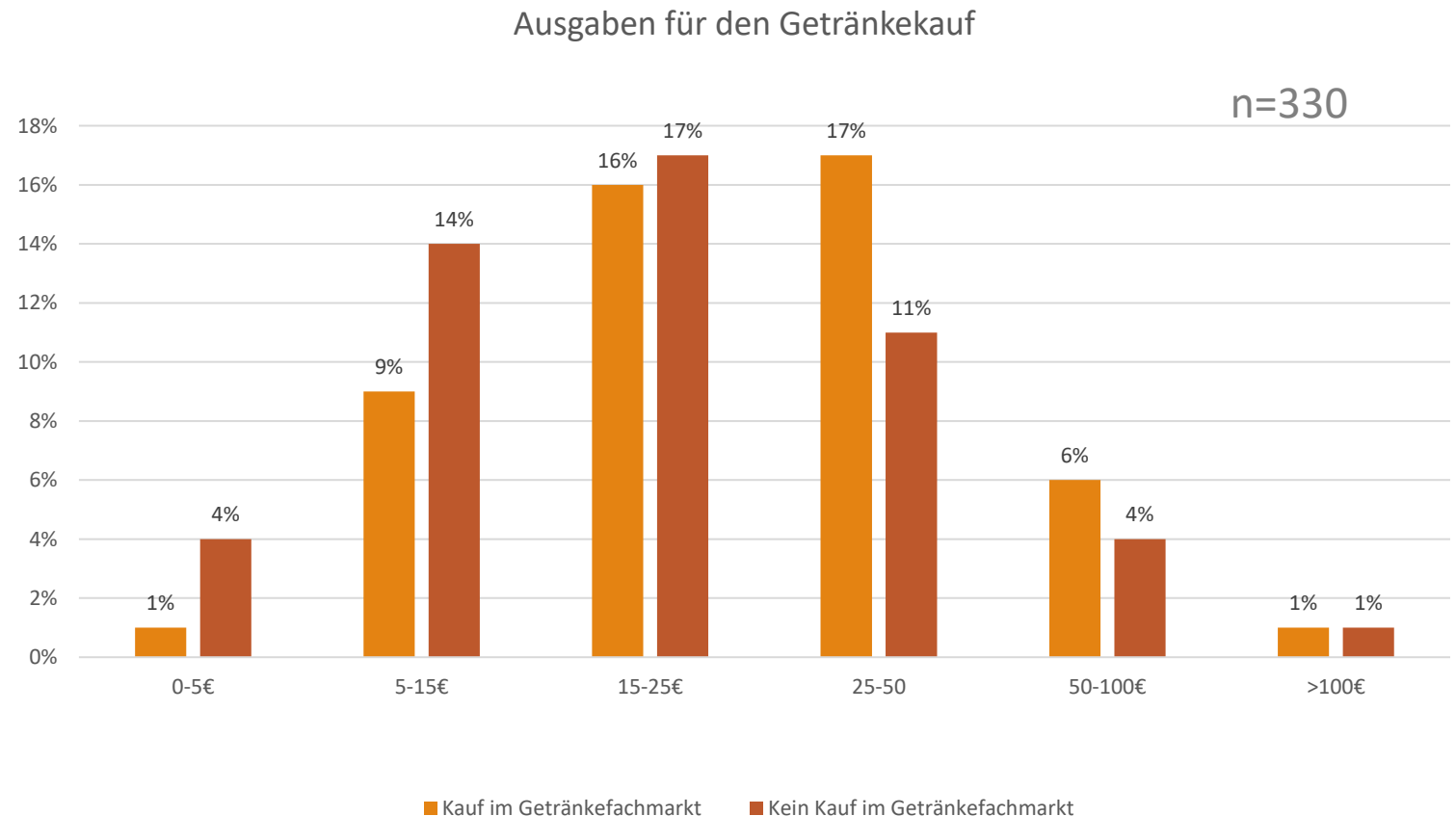
- Discount vor Getränkefachhandel
- Lieferdienst aktuell noch nicht relevant
- Vollsortimenter deutlich an der Spitze



Ergebnisse Umfrage

Zusammenfassung der Ergebnisse:

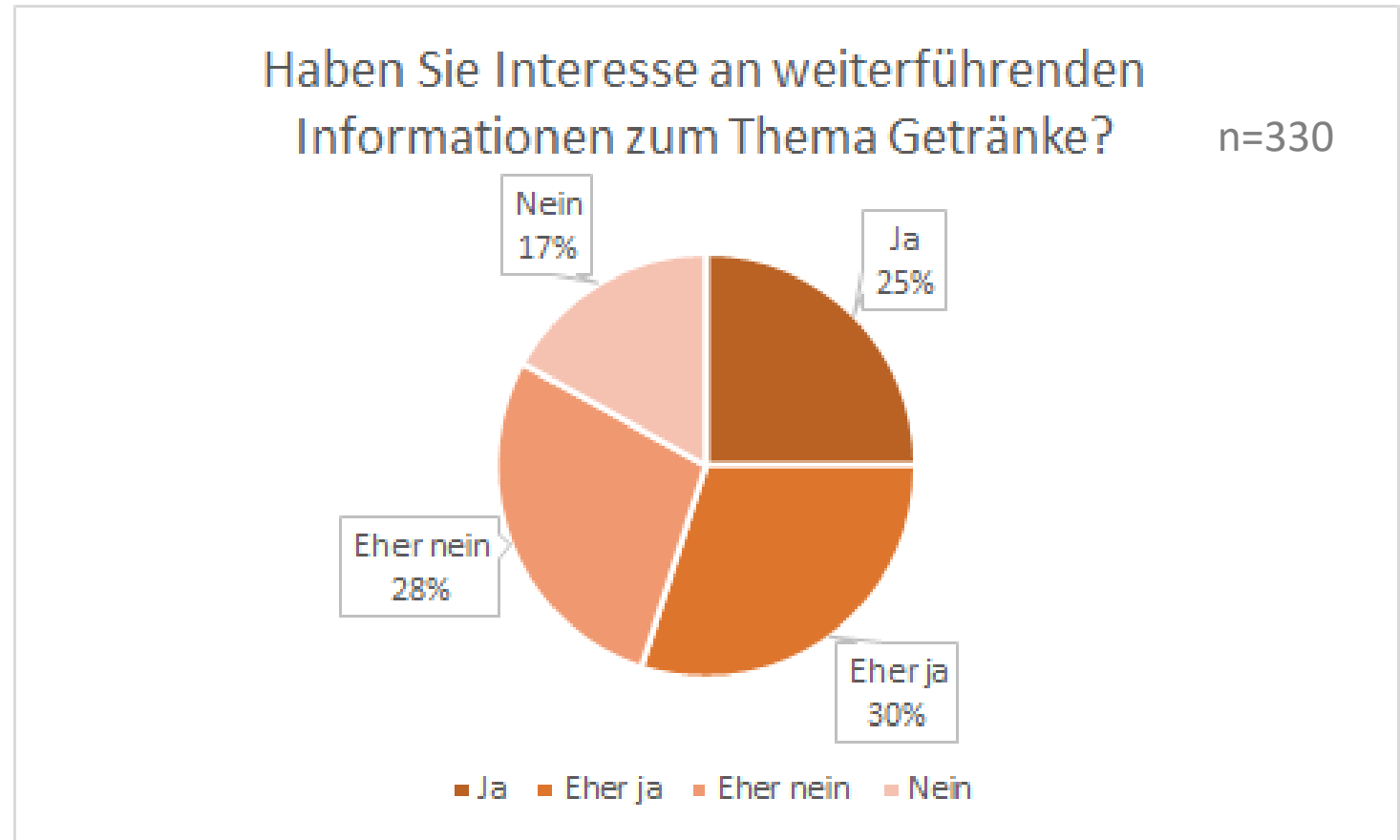
- Ausgaben für Getränke bei Teilnehmern welche im Getränkefachmarkt einkaufen höher
- Ausgaben für den Getränkeeinkauf bei 48% über 25€ (Bei Kauf im Getränkefachhandel)
- Im Vergleich nur 32% bei Teilnehmern die nicht im Getränkefachhandel kaufen



Ergebnisse Umfrage

Zusammenfassung der Ergebnisse:

- 55% der Teilnehmer haben Interesse an Informationsveranstaltungen
- Lediglich 17% keinerlei Interesse
- Interesse an Informationsveranstaltungen höher als an E-Sport Events



Agenda

Idee

Status Quo

Umfrage

Experteninterview

Gruppendiskussion

Handlungsempfehlungen

Fazit

Quellen

Empirische Erhebungsmethode Experteninterview – Warum?

Welche Charakteristika bestehen und was davon trifft auf unsere Forschung zu?

Charakteristika

- Teilbereich der qualitativen Sozialforschung
- Komplexe Sachverhalte können erklärt werden
- Expertenbefragungen schaffen einen weiteren Blickwinkel und sind in Ergänzung zu weiteren Methoden gut geeignet
- Erfahrungsberichte aus erster Hand können zum Verständnis eines Sachverhalts beitragen



Unsere Forschung

- Kaum erforschtes Konzept
- Verknüpfung zweier Experten aus beiden Teilbereichen hilft, um eine logische Verbindung der Thematiken zu schaffen
- Decken sich die Expertenmeinungen mit den Umfrageergebnissen?
- Doppelte Absicherung der empirischen Methoden
- Konkretisierung der Handlungsfelder sind folglich möglich

Empirische Erhebungsmethode

Experteninterview – Wer?

Robin Hertscheck

- Selbstständiger Einzelhändler bei Edeka
- Innovationsgetriebener Markt
 - macht sein Hobby zum Beruf
- Zockt selbst gern mal mit Freunden
- Alles was er lebt und liebt in den Markt mit aufgenommen



Warum Robin Hertscheck?

- Fundiertes Wissen:
 - Wirtschaft
 - Führungskraft
 - E-Sport/Gaming
 - Interessensgruppen
- Interne Sichtweise eines Einzelhändlers
- Verknüpfung Gaming / Einzelhandel
- Integration einer Gaming Lounge

Ergebnisse Experteninterview - Hertscheck



Kernaussagen Experteninterview – Robin Hertscheck



Primäre Nutzung der Gaming Lounge durch Kinder und Jugendliche



Vorteil: Familien können ungestört einkaufen (längerer Aufenthalt)



Es geht nicht um messbare Erfolge: Kundenzufriedenheit im Vordergrund



Kontinuierliche Events steigern die Reichweite (Selbstläufer)



Gaming Lounge als Teil des Wohlfühlfaktors im Markt



Offen für größere Projekte in Zukunft mit Partnern an der Seite

Agenda

Idee

Status Quo

Umfrage

Experteninterview

Gruppendiskussion

Handlungsempfehlungen

Fazit

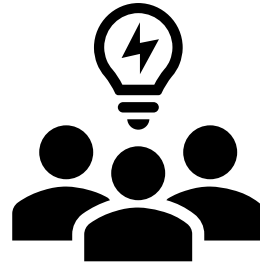
Quellen

Empirische Erhebungsmethode

Gruppendiskussion

Charakteristika

- Teilbereich der qualitativen Sozialforschung
- Kollektive Orientierungsmuster statt Einzeläußerungen
- Ermöglicht den Zugang zu implizitem Wissen
- Ermöglicht Spielraum bei der Antwort der Teilnehmer – detailliertere Darstellung der Sichtweisen



Unsere Forschung

- Auswahl der Teilnehmer: verschiedene Altersgruppen sollen abgedeckt werden
- Die Sichtweise von jung und alt soll miteinander konfrontiert werden, um Schnittpunkte festzustellen
- Welche Zielgruppe erreichen wir wie?
- Stimmen die Aussagen mit den anderen Erhebungsmethoden überein?

Empirische Erhebungsmethode Gruppendiskussion – Wer?

Teilnehmer

- Julian (17), Schüler
- Kati (22), Tourismusbranche
- Emanuel (33), Student
- Bernd (54), Support (Softwarefirma)



Warum diese Teilnehmer?

- Unterschiedliche Altersstrukturen
 - Unterschiedliche Berufsgruppen
 - Unterschiedliche Wohnsituation
- Gesellschaftliches Abbild durch Diversifikation

Empirische Erhebungsmethode

Gruppendiskussion



Ergebnisse Gruppendiskussion



Ergebnisse Gruppendiskussion



E-Sport Events sind wichtig für Gamer, um Spielstile vergleichen zu können und sich selbst weiterzuentwickeln.

Die Hauptplattformen sind Twitch und YouTube.

Sponsoring von Streamern oder E-Sport Teams nimmt an Bedeutung zu, da die Gaming Branche nach wie vor wächst.

E-Sport Events sind eher für eine jüngere Zielgruppe interessant.

Tastings mit Vorstellung des Produzenten können nachhaltiger die Frequenz steigern.

Agenda

Idee

Status Quo

Umfrage

Experteninterview

Gruppendiskussion

Handlungsempfehlungen

Fazit

Quellen

Handlungsempfehlung 1 – Soft Gaming

Gründe

Umfrage

Hohe Bekanntheit und Nutzung von Konsolen und Spielen (v. A. Familientaugliche Spiele)

Gruppendiskussion

„Spiele sind interessant, wenn sie wenig Einspielzeit benötigen“

Experteninterview

„Wohlfühlfaktor vor Ort schaffen; Kinder während dem Familieneinkauf beschäftigen“

Handlungsempfehlung

Die Handlungsempfehlung Soft Gaming umschreibt die Idee einer Lounge innerhalb des Marktes, die den Kunden einen weiteren Wohlfühlfaktor im Markt bietet. Dem Kunden wird somit eine weitere Möglichkeit geboten, um sich im Markt zu beschäftigen. Auch kleinere Turniere sind möglich. Unternehmerische Erfolge sind Kundenzufriedenheit und Erhöhung des Durchschnitts Bons.

Nutzen

Verlängerung der Verweildauer

Innovatives Einkaufserlebnis wird geschaffen

Entspannteres Einkaufen für Eltern mit Kindern

Wie könnte sowas aussehen?



Spieleauswahl

Fifa:

- Hoher Bekanntheitsgrad
- Spiel ist Leicht zu verstehen
- Vergleichsweise geringerer Aufwand



Mario Kart 8 Deluxe:

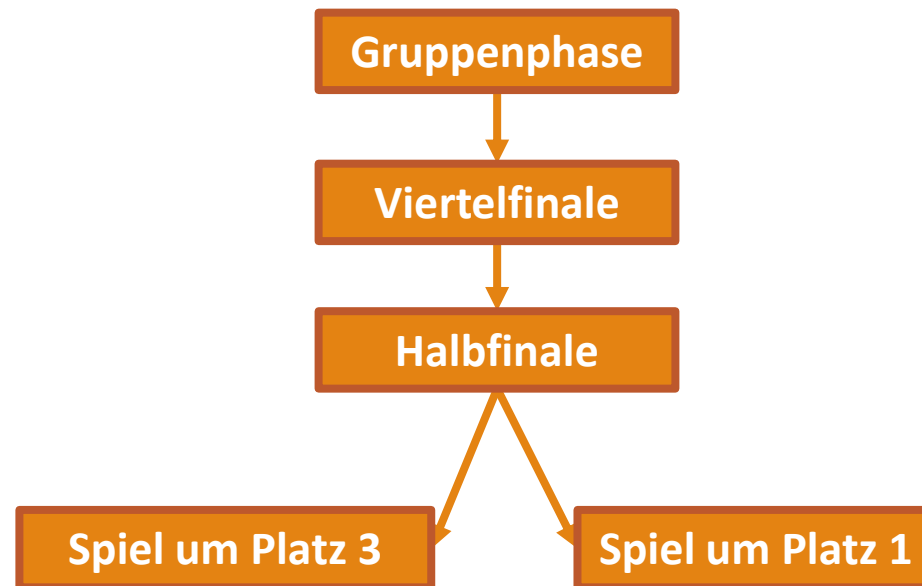
- Hoher Bekanntheitsgrad
- Familienfreundlich
- Wird am häufigsten gespielt (lt. Umfrage)



Turnierformate

FIFA 21

Klassisches Turnierformat:



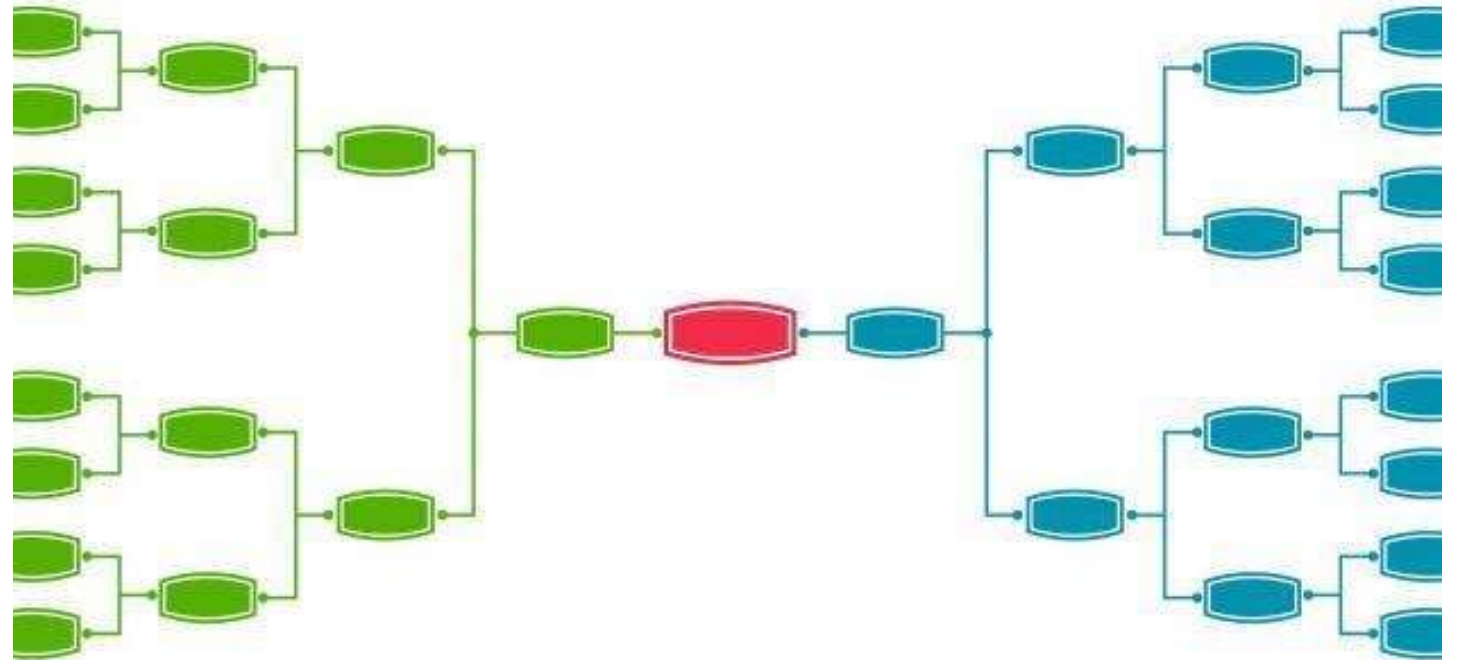
Turnierformate

Mario Kart 8 Deluxe:

- Familienevent 2/4 er Teams
 - Mindestens eine Person Ü30
 - Mindestens eine Person U30

- Cup mit 5 Rennen im Team

Modus als Knockoutformat
(direkte K.O. Phase)



Handlungsempfehlung 2 – Hard Gaming

Gründe

Umfrage

Kein Umfrageergebnis unterstützt die Handlungsempfehlung Hard Gaming

Gruppendiskussion

„Anschauen würde ich ein solches Event auf jeden Fall, da die Neugierde der Abneigung überwiegt“

Experteninterview

„Am POS ist Potential für solche Veranstaltungen, allerdings nicht zu oft“

Handlungsempfehlung

Die Handlungsempfehlung Hard Gaming umschreibt die Idee eines Bereiches im Markt, der als Fläche für gelegentliche Events und Veranstaltungen im Bereich Gaming genutzt werden kann. Mit einer solchen geplanten Veranstaltung stehen mediale Präsenz und die Aufregung sowie das Interesse der Kunden für neue Themenbereiche im Vordergrund.

Nutzen

Steigerung der Online-Präsenz

Erhöhung der Kundenfrequenz zu bestimmten Anlässen

Anlaufpunkt für eine neue Zielgruppe

Wie könnte sowas aussehen?



Streaming

Ergebnisse Online-Umfrage (2019):

1. Twitch (Rückgang)
2. YouTube Gaming (Stagnation)
3. Facebook Gaming (Wachstum)
4. Mixer (nicht mehr aktiv)

Ergebnisse unserer Umfrage (2021):

1. Twitch
2. Facebook Gaming
3. YouTube Gaming

Handlungsempfehlung:

Streaming über Twitch (größte Plattform) & Facebook Gaming (Zielgruppe & Wachstum)



Spiele Auswahl Twitch

Zuschauerzahlen nach Kategorie (anhand eines Spiels)

1. Arenaspiele: League of Legends	263.000
2. Battle Royal: Fortnite	70.000
3. Open World Spiele: Minecraft	56.000
4. Sportsimulationen: Fifa	48.000
5. Ego-Shooter: CSGO	31.000
6. Rennspiele: Mario Kart 8 Deluxe	8.000
7. Open World Spiele: Super Mario Maker 2	4.000
8. Mobile Games: Clash Royale	2.000



Handlungsempfehlung 3 – Alternative Maßnahmen

Gründe

Umfrage

55% haben Interesse an weiterführenden Informationsveranstaltungen

Gruppendiskussion

„Tastings und die Vorstellung eines Produzenten würden mich eher in den Markt locken“

Experteninterview

„Informationsveranstaltungen und Tastings schaffen ähnlich wie eine Gaming Lounge einen Wohlfühlfaktor“

Handlungsempfehlung

Die Handlungsempfehlung Alternative Maßnahmen umschreibt die Idee von verschiedenen kleinen Events in regelmäßigen Abständen, an denen z.B. Tastings oder Informationsveranstaltungen geboten werden. Das Ziel ist es dem Kunden nachhaltig ein besseres Einkaufserlebnis zu vermitteln und die Produkte des Marktes attraktiver zu gestalten.

Nutzen

Kooperation mit lokalen Unternehmen führt zu einer engeren Verbundenheit mit den Kunden

Verlängerung der Verweildauer

Es kann individueller auf die Wünsche der Kunden eingegangen werden, statt die Thematik Gaming vorzugeben

Wie könnte sowas aussehen?



Agenda

Idee

Status Quo

Umfrage

Experteninterview

Gruppendiskussion

Handlungsempfehlungen

Fazit

Quellen

Fazit



Backup

Quellen

<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-322-93270-9>

<https://www.pwc.de/de/technologie-medien-und-telekommunikation/german-entertainment-and-media-outlook-2020-2024.html>

<https://www.game.de/blog/2019/02/14/jeder-fuenfte-deutsche-schaltet-bei-esports-ein/>

https://www.iriworldwide.com/IRI/media/IRI-Clients/International/de/GG2020_Deutsch.pdf

IRi - Grundgesamtheiten Deutschland 2020, Seite 44

Datenerhebung: Umfrage

Datenerhebung: Experteninterview Robin Hertscheck

Datenerhebung: Experteninterview 2

Datenerhebung: Gruppendiskussion

<https://www.twitch.tv/directory>