

Az internetezők borfogyasztási szokásai

A Borászpórtál internetes bormagazin által 2011. őszén készített közel 4000 fős online kutatás a borfogyasztási és borvásárlási szokásokat mérte fel. Hazánkban első ízben készült ilyen átfogó vizsgálat az internetet aktívan használó borfogyasztókról, így fontos eredményekkel szolgált a preferenciáikról, szokásaikról.

A kutatás háttere

A kutatás kérdőívére a Borászpórtál honlapja, Facebook oldala és hírlevele hívta fel a figyelmet, de emellett több borral foglalkozó weblap, illetve általános híroldal is beszámolt a felmérés megkezdéséről, illetve szerepeltette a kérdőív linkjét. Számos eredmény összehasonlításra került a GfK 2008. októberében, az Agrár Marketing Centrum számára készített országos felmérésének adataival.

Minta

A kérdőívet 4809 fő kezdte el kitölteni, amelyből jelentős számú (971) volt hiányos. A 3838 teljes választ adóból 3714 felnőtt korú borfogyasztóról beszélhetünk, akik végül bekerültek a mintába. Váratlan volt a női válaszadók túlsúlya (~60%), korcsoportot tekintve a 18-59 évesek viszonylag egyenletes eloszlást mutattak, a 30-39 évesek képviselték legnagyobb arányban magukat. A válaszadók több mint fele középiskolát, 43%-a főiskolát, vagy egyetememet végzett. A Budapesten és nagyobb városban élők is felülreprezentáltak a teljes lakossághoz képest.

Igényes borfogyasztók

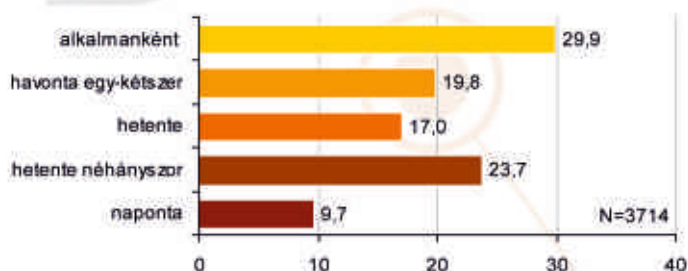
A kutatás legfontosabb megállapítása minden bizonnyal az, hogy az online borfogyasztók – a várakozásoknak megfelelően – igényesebbek, ugyanakkor közöttük is a legtöbben egyszerű borfogyasztónak tekinthetők.

A kutatás egyértelműen alátámasztotta a személyes jellemzők, valamint a borfogyasztás kapcsolatát, kirajzolta az „igényes” borfogyasztó ismérveit, aki inkább férfi, felsőfokú végzettségű, fővárosi vagy nagyvárosi, magasabb jövedelemmel rendelkezik. Szokásait tekintve gyakrabban fogyaszt bort szinte minden élethelyzetben, így otthon (a mindennapi életvitel részeként), valamint pincészetben, étteremben, rendezvényen, szórakozóhelyen is. Nagyobb arányban kedveli mindegyik (fehér, rosé, vörös) borfajtát, a száraz, valamint a közepesen testes és testes borokat. Tudatosabban (több szempontot mérlegelve) vásárol, többet hajlandó fizetni egy palack borért, nagyobb arányban vásárol borászatban, szaküzletben, borrendezvényen, online, kevésbé szuper- és hipermarketben, valamint kisboltban. Kevésbé fogyasztja Dél-Balaton, Eger, Tokaj, valamint Badacsony borait, de nagyobb arányban Szekszárd, Nagy-Somló, Etyek-Buda, vagy akár Balatonfüred-Csopak, Pannonhalma, a Balaton-felvidék, Mátra, Villány, valamint az újvilág borait.

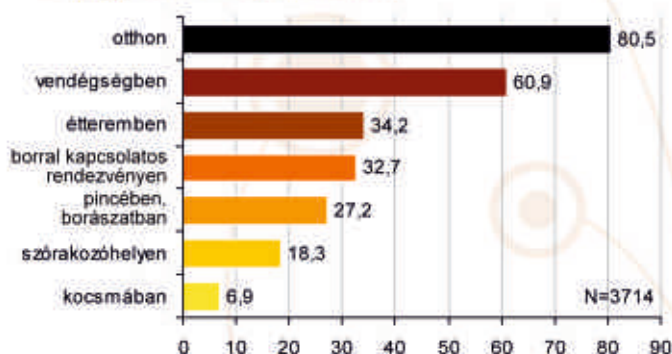
Bor

Borfogyasztás

Fogyasztási gyakoriság (százalék)



Borfogyasztás helye (százalék)

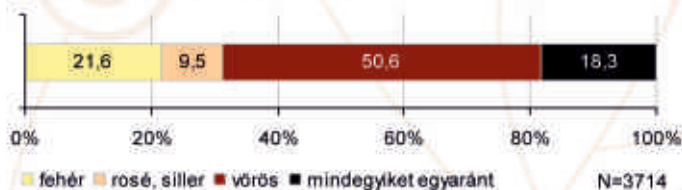


A válaszadók igen gyakori borfogyasztónak vallották magukat: 10% naponta, 50% legalább hetente iszik bort! A kérdőívet megfelelően kitöltők mindössze 2%-a nem fogyaszt egyáltalán – ők kikerültek a további elemzésekből.

Bort a válaszadók négyötöde fogyaszt otthon, 60%-a vendégségben. Nagyjából harmada étteremben és borral kapcsolatos rendezvényen, közel ilyen arányban pedig pincében / borászatban. Szórakozóhelyen a válaszadók 18%-a, kocsmában mindössze 7% szokott inni, utóbbi nyilván magyarázható az internetes adatfelvétellel, a magasabb státusszal, valamint a női válaszadói többséggel. A borfogyasztás gyakoriságát és helyét illetően is eltérés mutatkozik a teljes lakosságra vonatkozó GfK kutatás adataihoz képest, az online válaszadók gyakrabban fogyasztanak bort, és ennek helye legtöbbször nem a vendégség, hanem saját otthonuk.

Eltérések mutatkoznak a nemek tekintetében: a férfiak szinte minden helyszínen gyakrabban fogyasztanak bort – kivéve a vendégséget. Az életkor előrehaladtával is változnak a szokások a fogyasztási helyet illetően, de befolyásoló tényező a státusz is.

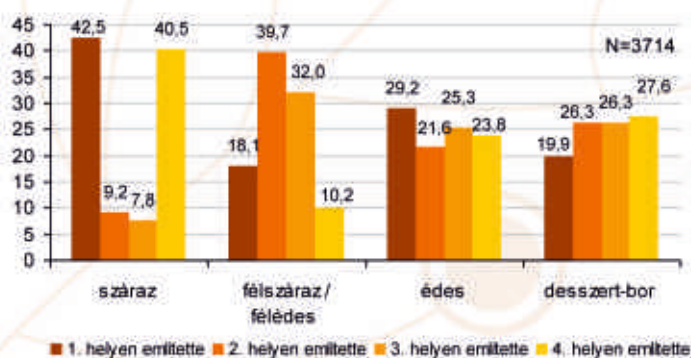
Kedvenc borfajta (százalék)



Az online borivók határozottan a vörösbort részesítik előnyben, amely egybevág a GfK eredményeivel: vörösbor 47%, rosé 8%, a fehér 30%.

A férfiak, felsőfokú végzettségűek, nagyobb városban élők, magasabb jövedelműek nagyobb arányban kedvelik mindhárom borfajtát. Egyedül a vörösbor esetében mutatható ki, hogy az életkor előrehaladtával nő a kedveltsége.

Borok kedveltsége szárazsági fok szerint (százalék)

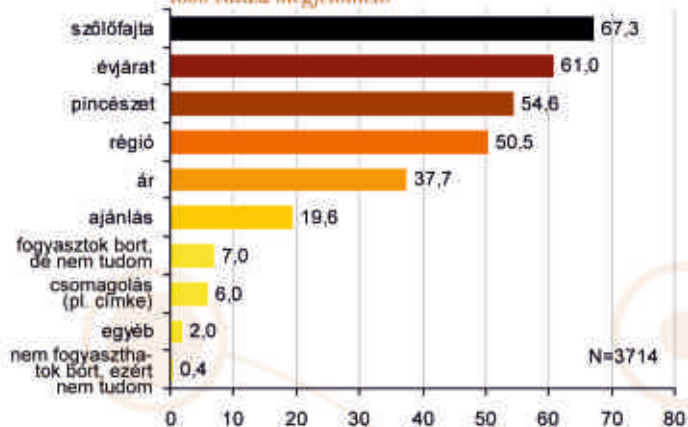


A válaszadókat három klaszterbe sorolhatjuk aszerint, hogy mely szárazsági fokot preferálják. Ez alapján – nem meglepő módon – beszélhetünk „szárazpártiakról”, „félszáraz / féledes kedvelőkről”, illetve „édesszájúakról”. A legnépesebb tábor a szárazpártiak, de közel ennyien vannak az édesszájúak is. A száraz borosok összességében a válaszadók felét sem teszik ki, vagyis az online borfogyasztók igényesebbnek mondhatók, de még van hova fejlődni. Természetesen a száraz borokat ítélik meg a legszélsőségesebben.

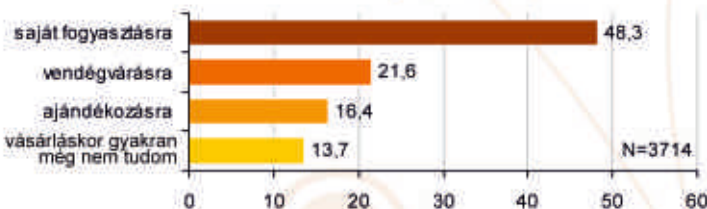
Kiemelkedő Villány, Eger és Tokaj kedveltsége, az újvilág boraira nem nyitottak a válaszadók. Amennyiben külföldi borról van szó inkább Olaszország, Spanyolország és Franciaország borait fogyasztják.

Borvásárlás

A borválasztás szempontjai (százalék) több válasz megjelölhető

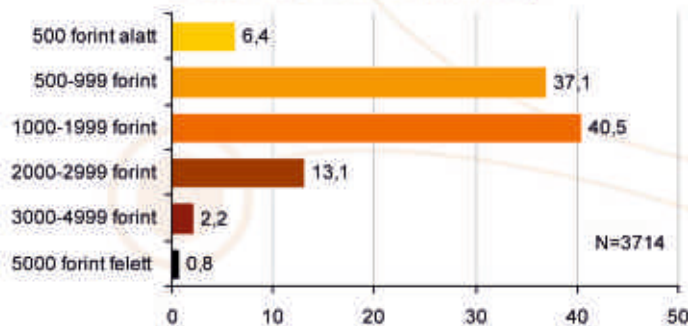


A borvásárlás célja (százalék)



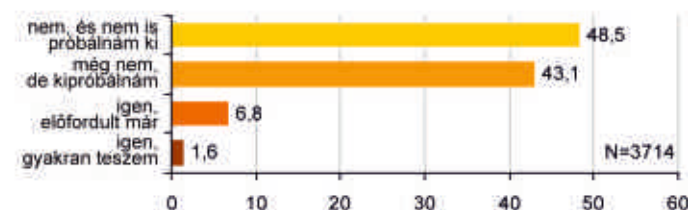
A férfiak, felsőfokú végzettségűek, a fővárosiak valamint a magasabb jövedelemmel rendelkezők gyakrabban vásárolnak saját fogyasztásra, illetve nem tudják még a vásárlás pillanatában a felhasználás módját.

A vásárolt borok ára (százalék)



Leginkább szuper- és hipermarketben szerzik be a borokat a válaszadók (70% fölött). Emellett jelentős a pincészetben vásárlók aránya (46%), ami fontos információ és lehetőség a borászok számára. Ezután sorrendben a szaküzlet (a válaszadók harmada) borrendezvény / fesztivál (a válaszadók negyede) következik, interneten csak a minta 4%-a szokott vásárolni. A nem, kor, végzettség, lakhely, jövedelem befolyásolja a borvásárlás helyét: a férfiak, illetve a magasabb státuszúak gyakrabban vesznek bort borászatban, szaküzletben és online.

Online borvásárlás (százalék)



A borválasztásnál legtöbbször a szőlőfajtát és évjáratot, és nagy arányban a pincészetet és régiót tartották fontosnak (a kérdésnél tetszőleges számú szempont megjelölhető volt). Meglepő módon az ár viszonylag hátra sorolódott (a minta alig több mint harmada jelölte meg). Az ajánlás minden ötödik megkérdezettnek választási szempont, és érdekes módon a csomagolás csupán 6%-nak, 7% nem tudja, hogy mi alapján választ, de ez az arány változik a borfogyasztás gyakoriságával: minél ritkábban iszik valaki bort, annál bizonytalanabb. Ugyanakkor minél „profibb” borfogyasztó valaki, annál több szempontot vesz figyelembe.

A válaszadók közel fele elsősorban saját fogyasztásra vásárol bort, vendégvásárra, ajándékozárra sokkal kevésbé.

A legtöbbször az 1000 és 2000 forint közötti borokat vásárolják általában, de közel ennyien 500 és 1000 forint közöttieket. E két csoport a minta közel 80%-át jelenti! 3000 forint feletti borokat csupán a válaszadók 3%-a veszi leggyakrabban. Az átlagos palackár tehát meglepően magas, valahol 1400 forint alatt van. Ezek az adatok lényegesen különböznek a GfK eredményeitől, ahol 700 forintos palackárat tartottak reálisnak a válaszadók, de saját fogyasztásra történő vásárlás esetén ez még alacsonyabb volt.

Az online borvásárlás tehát nem kedvelt, a válaszadók döntő többsége (92%-a) még nem vásárolt bort az interneten, de ennek közel fele kipróbálná. A férfiak, felsőfokú végzettséggel rendelkezők, a fővárosiak, valamint a magasabb jövedelműek nagyobb arányban vásároltak már online, és nyitottabbak is erre.

A **Borászportál online bormagazin** könnyed, izgalmas írásokkal, naprakész hírekkel látja el a hazai és nemzetközi borvilág iránt érdeklődő, a bor és az információ kultúrát fogyasztására szomjas közönséget.

Folyamatosan frissülő **főbb rovataink:**

- Programajánló: hasznos iránytű borkedvelőknek, borturistáknak
- Hírszüret: a hazai és nemzetközi borvilág történései
- Carpe diem: boros életérzés, riportok, útleírások
- Pohárral a kézben: kóstolással egybekötött beszámolók mindenfelől
- A butélla mélyén: változatos témák a szakma mélyebb rétegeiből
- Bor + Gasztró: bor és étel találkozása

2012-ben induló rovataink

- VÍNO VITALLS: bor és egészség
- BORTRÉ: borász és borfogyasztó portrék
- Nagy durranás: pezsgőkalauz
- Tüzes víz: a párlatok világából

Csapatunkat a bor világát és a borszakmát alaposan ismerő (a londoni székhelyű Wine & Spirit Education Trust / WSET által elismert) Nemzetközi Borakadémikus (AIWS), valamint felsőfokú (borbecsüs) és középfokú (bortanácsadó) végzettséggel rendelkező szakemberek alkotják.

Portálunkon 5 év munkája, több mint 3.500 cikk és 12.000 fotó várja borfogyasztó barátainkat.

Hírlevél olvasóink, **regisztrált felhasználóink száma 75.000** fő felett van, számuk dinamikusan növekszik. Olvasóink 42%-a 25-39, 30%-a 40-59 éves. Felhasználóink 25%-a budapesti, a **férfiak aránya 65%**. A teljes felhasználói adatbázis 20%-a különböző borfesztiválokon regisztrált, 80%-uk pedig közvetlenül az interneten. Olvasóink értékes célcsoportot alkotnak, magas arányban felsőfokú végzettségűek, jó anyagi státuszúak.

Portálunk havonta 60.000 egyedi látogatót vonz, akik több mint 120.000 oldal-létöltést generálnak.

www.boraszportal.hu

www.facebook.com/boraszportal

info@boraszportal.hu

+36 (70) 420-3993

+36 (30) 415-8069

Az elemzést készítette:

Harsányi Dávid

Borászportál tanácsadó, a Budapesti Gazdasági Főiskola adjunktusa