

Kandidatennummer 14037657



Smarter Wein in digitalen Schläuchen?
Wettbewerbsvorteile durch digitale
Technologien in der Weinwirtschaft

Zusammenfassung der Diplomarbeit Unit 7

Kandidatennummer 14037657

15.06.2016

Dr. Udo Kögl

Motivation für die Arbeit

Auch beruflich eng mit der digitalen Transformation verwoben, faszinieren mich neue digitale Technologien schon seit längerem. Diese dringen in immer mehr Bereiche des Geschäfts- sowie auch des Privatlebens vor und so ist auch die Weinwirtschaft davon betroffen. Es gibt viele Chancen, Wettbewerbsvorteile zu lukrieren, aber auch Risiken und Herausforderungen, die gemeistert werden müssen. Die Digitalisierung hat bereits dazu beigetragen und wird es weiter tun, unser Leben zu verändern. Den Grad, zu dem jeder einzelne die Chancen nutzen will, muss jeder für sich selbst bestimmen.

Zielsetzung und Methodik

Die Diplomarbeit greift die aktuellen Entwicklungen in dieser digitalen Welt rund um den Einfluss der Digitalisierung in die Weinwirtschaft auf und analysiert die aktuellen Möglichkeiten und Herausforderungen, die sich durch die digitale Transformation ergeben. Nachdem Digitalisierung ein sehr weitreichendes Thema ist, zielt die Diplomarbeit darauf ab, einen umfassenden, groben Überblick über die Implikationen in der Weinwertschöpfungskette zu geben. Es soll anhand von Erfolgsfaktoren aufgezeigt werden, wie die Weinwirtschaft mit neuen Geschäftsmodellen von digitaler Technologie profitieren kann. Als Methodik wurde ein literaturbasierte Überblick gewählt, der auf der theoretischen Sammlung relevanter Publikationen in Fachbüchern, Studien und vor allem Online Quellen basiert. Auf Basis einer Literaturrecherche werden die einzelnen Themenpunkte bearbeitet.

Inhalt

Anhand der Weinwertschöpfungskette (Weinbau, Kellerwirtschaft, Distribution, Verkauf/Marketing und Service) konnte gezeigt werden, wie neue digitale Technologien Möglichkeiten für einen Wettbewerbsvorteil erbringen können. Besonders umfangreich und weit fortgeschritten ist dabei vor allem der sensorbasierte Data-Mining Bereich. In der Nutzung von elektromechanischen Geräten (z. B. Drohnen etc.) sind der Weinbau und die Kellerwirtschaft stark betroffen, während Distribution, Verkauf/Marketing und der Servicebereich vor allem auf Web-, Mobile und Social Technologien fokussieren und Business Support Systeme favorisieren. Mobile Technologien sind im Steigen und die vernetzte Welt macht auch vor smarten

Verpackungen, smarten Verschlüssen und zahlreichen Service-Apps zu Weinempfehlungen, Wine-Foodpairings etc nicht halt.

Ein sehr interessantes Ergebnis im Rahmen der Analyse ist die Möglichkeit der Unterstützung der „Bio-Bewegung“ durch die Digitalisierung (besserer Ressourceneinsatz – Verzicht auf Pestizide). Ebenso können Bioreaktoren (wie der Hefebutler) dazu beitragen, natürliche Hefen aus dem Weingarten zu vermehren und mit diesen die Gärung kontrolliert durchzuführen.

Aus den zahlreichen Möglichkeiten wurden im Kapitel 4 zentrale Erfolgsfaktoren zur Erfolgreichen Umsetzung der digitalen Transformation abgeleitet und die relevanten Bereiche Leadership, Customer Experience, Kernprozesse und Geschäftsmodelle identifiziert.

In Zukunft spielt hier vor allem der direkte Kundenkontakt eine wesentliche Rolle. Der Zwischenhändler wird in Zukunft eine geringere Rolle spielen.

Fazit

Die Digitale Transformation läßt sich nicht aufhalten. Die Weinwirtschaft sollte das Thema Digitalisierung ernst nehmen. Es bringt neue Chancen bzw. Wettbewerbsvorteile und führt große Veränderungen mit sich. Bisherige Geschäftsmodelle müssen überdacht werden und flexible Grundlagen auch in der Informationstechnologie-Architektur geschaffen werden, um neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Wer zu lange wartet, läßt sich wesentliche Wettbewerbsvorteile entgehen. Denn die reale und die digitale Welt verschmelzen zunehmend.

Die Entscheidungsunterstützungssysteme, die Weingarten und Kellerwirtschaftsinformationen zusammenbringen, werden in Zukunft eine smartere Weinproduktion erlauben. Dabei geht es jedoch nicht ausschließlich darum immer schneller und effizienter zu werden, sondern durch die Vernetzung die Qualität zu verbessern und das komplexe Phänomen „Wein“ besser zu verstehen.