

Nutzung und Nutzen von Künstlicher Intelligenz (KI) aus Konsumentensicht

Thomas Kühne, 230051

Januar 2025

Motivation für die Arbeit

In meinem Nicht-Wein-Leben leite ich als Vorstandsmitglied den Geschäftsbereich «IT, Daten und Prozesse» des grössten Schweizer Krankenversicherers. In der Versicherungswirtschaft haben wir bereits vor und 10 Jahren begonnen uns intensiv mit dem Thema «Künstliche Intelligenz» (KI) auseinanderzusetzen. Zwischenzeitlich nutzen wir die Technologie umfassend und mit grossem Erfolg in verschiedensten Bereichen des Unternehmens. Schon lange interessiert mich die Fragestellung ob und wie KI in der Weinbranche eingesetzt wird, insbesondere die Nutzung aus Sicht des Weinkonsumenten. In dieser Diplomarbeit bringe ich damit meine berufliche Expertise mit meiner privaten Leidenschaft für Wein zusammen.

Fragestellung und Zielsetzung

In der Diplomarbeit werden folgende Fragestellungen untersucht:

- Welche Möglichkeiten bietet KI dem heutigen Weinkonsumenten?
- Wie nutzen die Konsumenten diese Möglichkeiten?
- Welchen effektiven Nutzen haben die Konsumenten daraus?

Die zentrale Fragestellung ist, ob KI dem Weinkonsumenten heute schon effektiv helfen kann aus einer grossen, unstrukturierten Datenmenge in sehr unterschiedlicher Qualität, nützliche und qualitativ hochwertige Informationen zu finden und diese Nutzer-gerecht aufzubereiten.

Methodik

In einem ersten Teil der Arbeit werden die theoretischen Grundlagen der KI erläutert. Dann wird eine Übersicht über die heutigen Einsatzbereiche der KI in der Weinindustrie gegeben und schliesslich ein Überblick über Vorteile für den Weinkonsumenten durch den Einsatz von KI.

Im zweiten Teil werden die verschiedenen Anwendungsfälle der KI-Technologie für den Weinkonsumenten aufgezeigt. Dann wird der Nutzen dieser Anwendungsfälle beschrieben.

Um Nutzen und Nutzung der KI-Technologie für Weinkonsumenten auch empirisch zu beleuchten, wurde eine Umfrage bei Konsumenten durchgeführt. Vorgehen, Resultate und die Interpretation dieser Resultate werden im dritten Teil der Diplomarbeit ausführlich beschrieben.

Die Arbeit wird abgeschlossen mit Schlussfolgerungen aus der Marktübersicht und der empirischen Studie. Zuletzt gibt die Diplomarbeit einen Ausblick über mögliche Entwicklungen der KI-Technologie für den Weinkonsumenten.

Inhalt

Die KI-Technologie hat bereits heute einen hohen Reifegrad und wird zunehmend auch in der Weinindustrie eingesetzt. Die heutigen Haupteinsatzbereiche sind allerdings primär im Anbau, der Vinifikation und im Marketing und Verkauf zu finden.

Der Weinkonsument kann eine allgemeine KI wie ChatGPT nützen, die es ihm ermöglicht, beliebige offene Fragen zu stellen. Alternativ nutzt er eine spezifische KI, die für einen bestimmten Anwendungsfall optimiert ist und für den Weinkonsumenten im Regelfall nicht als solche direkt zu erkennen. Typische Anwendungsfälle dafür sind:

- Etikettenerkennung
- Weinbewertungen
- Weinempfehlungen
- Preise von Weinen
- Optimale Kombination von Wein/Essen
- Lernen über Wein
- Kellerbewirtschaftung

Die Diplomarbeit zeigt auf, dass eine allgemeine KI wie ChatGPT von Weinkonsumenten sporadisch genutzt wird. Im Gegensatz dazu werden spezifische KI nur gerade in den Anwendungsfällen «Etikettenerkennung» und «Weinempfehlungen» genutzt. Die empirische Studie bestätigt das. Die empirische Studie bestätigt auch, dass die Nutzung von KI weder vom Alter noch vom Geschlecht abhängt. Auch macht es keinen Unterschied, ob jemand in der Weinbranche arbeitet oder nicht. Und schliesslich ist auch kein unterschiedliches Nutzerverhalten zwischen Weinexperten und Weinlaien bezüglich dem KI-Einsatz zu beobachten.

Fazit

ChatGPT oder vergleichbare allgemeine KI werden von Weinkonsumenten heute für allgemeine Fragen genutzt. Für spezifische Anwendungsfälle wird im wesentlichen nur «Etikettenerkennung» und «Weinempfehlung» genutzt. Die KI-Technologie würde heute deutlich mehr Möglichkeiten bieten, um dem Weinkonsumenten echte Unterstützung und Erleichterung zu bieten. Die Anbieter bauen diese Technologie aber (bewusst) nicht in ihre Tools und Apps ein, da diese oft ihren kommerziellen Interessen entgegenlaufen. Es wird jedoch nur eine Frage der Zeit sein, bis KI-Technologie umfassend in den einschlägigen Webseiten und Apps Einzug nehmen wird. Damit wird zukünftig auch der volle Nutzen für den Kunden erschlossen werden. Der Weinkonsument wird dann zum Beispiel auf eine einfache Art von (Preis-)Transparenz und (unabhängigen) Empfehlungen profitieren.