

Aktuelle Auswertungen: www.geisenheim-portal.de/musterauswertungen



Die Digitalisierung macht auch vor der Weinbranche nicht Halt

Digitale Absatzanalyse

Die Hochschule Geisenheim hat eine neue digitale Infrastruktur aufgebaut, um den Betrieben und der Branche zuverlässige Informationen zur Absatzentwicklung geben zu können.

Die Digitalisierung verändert den Absatz in der Weinbranche und eröffnet auch für die Marktforschung vollkommen neue Möglichkeiten. Der Weinabsatz in Deutschland ist über viele verschiedene Absatzkanäle stark ausdifferenziert. Bisher wird der Absatz von deutschem Wein vor allem durch die vom Deutschen Weininstitut (DWI) beauftragten Daten von Nielsen erfasst, deren Fokus auf dem Volumenkanal des LEH liegt.

Der Absatz in den kleineren Nischenmärkten des Fachhandels, der Gastronomie, des Onlinehandels und der Direktvermarktung kann bisher nur wenig genau gemessen werden. Aus Sicht vieler deutscher Produzenten stellen aber ge-

nau diese Kanäle durch die Absatzmöglichkeit höherwertiger Weine wichtige Verkaufskanäle dar.

Die Pandemie hat zu großen Veränderungen im Weinabsatz in Deutschland geführt. Das Interesse der Branche an diesen Veränderungen haben wir auch in der Geisenheimer Konjunkturanalyse bemerkt. Dabei befragen wir deutsche Weinproduzenten quartalsweise online zur Wirtschaftslage und Veränderungen. Die Beteiligung an diesen Befragungen hat seit Corona noch einmal sprunghaft zugenommen. Über 850 Betriebe beteiligen sich in den letzten zwei Jahren regelmäßig an den Geisenheimer Befragungen, allen Betrieben sei an dieser Stelle herzlich gedankt. Daraus wird deutlich, dass das Interesse der Branche

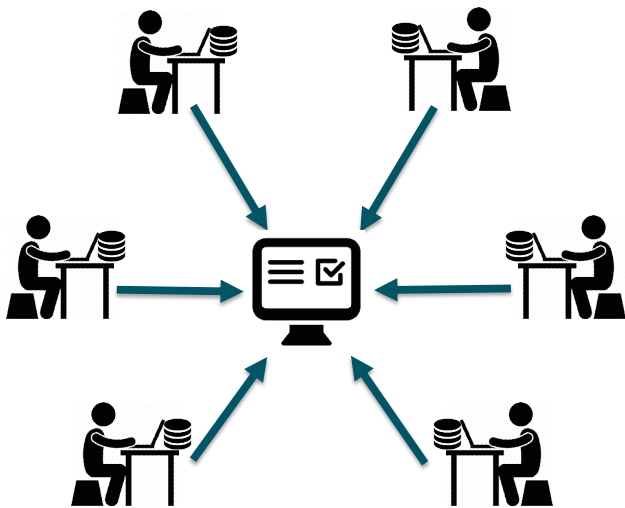
groß ist, Veränderungen zu verstehen und darauf reagieren zu können.

Einfacher und zuverlässiger. Die detaillierte Abfrage von Veränderungen der Preise und von Mengen über die vielen verschiedenen Absatzkanäle ist sehr aufwendig. Jeder Betrieb müsste in seiner Warenwirtschaft Abfragen durchführen und die Ergebnisse im Onlinefragebogen eintragen (Abb. 1). Das ist vom Aufwand her für viele Betriebe praktisch nicht umsetzbar. Die erzielten Befragungsergebnisse sind deshalb nicht sehr genau und liegen erst mit Zeitverzug vor.

Unser Ziel war es, diesen Aufwand für die Betriebe zu reduzieren und gleichzeitig deutlich genauere Informationen

Abb. 1: Bisherige Lösung

Betriebe tragen ihre Daten in Onlinebefragung ein



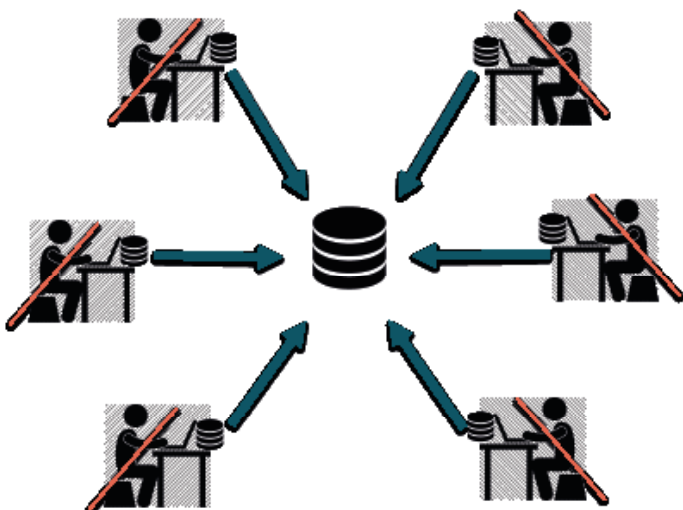
wesentlich schneller bereitstellen zu können. Die Idee dazu ist einfach. Die Daten liegen bereits digital in der Warenwirtschaft der Betriebe vor und eigentlich ist es nicht notwendig, dass der Mensch sie ausliest und in einem Fragebogen eingibt. Dieses traditionelle Vorgehen ist ein klassischer Datenbruch, der den Datenfluss behindert. Eine digitale Schnittstelle kann die Arbeit des Menschen übernehmen und die Daten automatisch ohne extra Aufwand zeitnah übertragen (Abb. 2). Nichts Anderes

ist konkret mit dem geläufigen Begriff »Industrie 4.0« gemeint – Betriebe werden durch moderne Informations- und Kommunikationssysteme verzahnt.

Fünf Warenwirtschaften angebunden. Unser Team hat die letzten zwei Jahre intensiv daran gearbeitet, diese Vision in die Praxis umzusetzen. Mit Hilfe von Finanzierung aus der europäischen EFRE Projektförderung und Investitionsmitteln des Landes Hessen konnten wir die notwendige digitale Infrastruk-

Abb. 2: Grundidee

Daten werden automatisch über Schnittstellen aus der Warenwirtschaft in die Geisenheimer Datenbank übertragen



Datenschutz

Vertrauliche Daten in guten Händen

Die Hochschule Geisenheim hat jahrzehntelange Erfahrung im Umgang mit sensiblen Unternehmensdaten aus der Weinbranche und genießt bei den Betrieben hohes Vertrauen.

»Ihr Betrieb schließt mit der Hochschule Geisenheim einen Vertrag zur Datenverarbeitung und zum Datenschutz ab, in dem wir die absolute Vertraulichkeit Ihrer Daten gewährleisten. Die Sicherheit der Daten der Betriebe hat für uns die allerhöchste Priorität«

Prof. Dr. Simone Loose

tur aufbauen. Zum heutigen Stand wurden Schnittstellen zu fünf Warenwirtschaften umgesetzt. Das sind bisher Weinbau Online, Winitas, Soppe & Partner, Commendo IT und Kisling. Bereits über 150 Betriebe (Weingüter, Genossenschaften und Kellereien) haben sich an der Geisenheimer Absatzanalyse beteiligt, ein Teil ist im Prozess des Anschlusses. Bis zum Projektende Anfang 2023 können wir bei Interesse der Betriebe noch weitere Schnittstellen umsetzen, eine Befragung der Betriebe dazu wird im März stattfinden

Update: 10 Warenwirtschaften

Datenschutz hat oberste Priorität. Bei den Absatzdaten handelt es sich um hochsensible Daten der Betriebe. Der Schutz der Daten und die Ver-

Abb. 3: Aktueller Stand

der Umsetzung mit Schnittstellen in Warenwirtschaften





»Durch die Kooperation mit mehreren Warenwirtschaftsprogrammen geben wir den Betrieben die Möglichkeit, ihre anonymisierten Daten ohne extra Aufwand für die Geisenheimer Analyse bereitzustellen. Dafür erhalten die teilnehmenden Betriebe exklusiven Zugang zu grafischen Auswertungen ihrer Absatzdaten im Vergleich zu anderen Betrieben«

Prof. Dr. Simone Loose

International einzigartige Lösung

Vertrauen verpflichtet

»Diese Art der digitalen Vernetzung von Weinproduzenten ist bisher weltweit einzigartig. Sie ist nur möglich durch das hohe Vertrauen der Betriebe in die Hochschule Geisenheim und ihre innovative und praxisrelevante Forschung.

Dieses Vertrauen ist für uns eine absolute Verpflichtung, der Branche auch in Zukunft zuverlässige Informationen für ihre betrieblichen Entscheidungen bereit zu stellen.«

Prof. Dr. Simone Loose

traulichkeit stehen deshalb an allererster Stelle. Die Daten der Betriebe sind geschützt. Niemand, außer dem Betrieb, hat Zugang zu individuellen Betriebsdaten. Andere Betriebe sehen nur verrechnete, aggregierte Daten über viele Betriebe hinweg. Es werden niemals Daten eines Betriebes offengelegt. Ebenso erhält niemand Informationen, ob sich ein Betrieb an der Absatzanalyse beteiligt.

Kostenlose Teilnahme. Die Kosten für den Anschluss werden bis Ende 2022 vollständig aus Projektmitteln übernommen. Die Teilnahme ist für die Betriebe kostenlos. Teilnehmende Betriebe werden auch weiterhin immer eine kostenlose Auswertung erhalten. Innerhalb der finanzierten Projektlaufzeit können wir auch der Branche kostenlose Informationen bereitstellen.

Wie funktioniert es? Nach Aktivierung der Schnittstelle werden Absatzdaten aus der Warenwirtschaft der Betriebe anonymisiert und verschlüsselt in eine geschützte Datenbank der Hochschule Geisenheim übermittelt. Dort werden sie automatisch verrechnet. Teilnehmer

erhalten regelmäßig Berichte mit Sonderauswertungen zum Weinabsatz exklusiv für teilnehmende Betriebe. Die Hochschule folgt dabei dem Gemeinschaftsprinzip – nur Betriebe, die Daten zur Verfügung stellen, erhalten Zugang zu den Auswertungen. Der Vergleich ist einfach verständlich grafisch aufgebaut. Die Auswertungen werden über einen persönlichen, passwortgeschützten Zugang auf dem Geisenheimer Portal zur Verfügung gestellt (Abb. 4).

Auswertungen. Die Informationen in den Auswertungen helfen den Betrieben, die Entwicklung ihres Betriebes im Vergleich zu anderen besser einschätzen zu können und Markttrends zu erkennen. Eine erste Auswahl an möglichen Kennzahlen des Absatzberichtes ist in Tabelle 1 dargestellt. Durch die in der Warenwirtschaft verfügbaren Daten aus der Vergangenheit kann auch die bisherige Entwicklung dargestellt werden. Aktuell führen wir die Bereinigung und Überprüfung der umfangreichen Daten durch und werten Absatzdaten ab dem Jahr 2017 aus.

Vergleiche zu anderen Betrieben. Die Teilnehmer werden mit Betrieben der relevanten Vergleichsgruppe verglichen. Jetzt im ersten Schritt basieren die Vergleiche auf der Betriebsgröße (anhand des Umsatzes) und auf dem Anbaugesamt. Je mehr Betriebe sich an der Absatzanalyse beteiligen, umso detailliertere Vergleichsgruppen werden in Zukunft möglich sein. Ziel ist, die Betriebe in Zukunft individuell auswählen zu lassen, mit welchen für sie relevanten Gruppen sie sich vergleichen wollen.

Bekanntlich schaden zu viele irrelevante Informationen eher. Unsere Vision ist deshalb, dass jeder Betrieb in Zukunft digital auswählen kann, welche Kennzahl mit welcher Benchmarking-Gruppe sein Bericht enthalten soll. Damit können die Auswertungen ganz individuell auf die persönlichen Bedürfnisse und Interessen der Betriebe zugeschnitten werden.

Im direkten Kontakt mit der Branche. Die Berichte und Kennzahlen sollen für



Abb. 4: Sicherer Abruf der Berichte über www.geisenheim-portal.de

The screenshot shows the Geisenheim Portal website. At the top, there is a navigation bar with the logo of Hochschule Geisenheim University, the text 'Geisenheimer Absatzanalyse', and a 'Kontakt' link. Below the navigation bar is a large banner image of a vineyard with the text 'Geisenheim Portal' and a logo for the 'EUROPÄISCHE UNION: Investition in Ihre Zukunft' (European Union: Investment in your future) with the text 'Europäischer Fonds für regionale Entwicklung' (European Regional Development Fund). Below the banner is the main heading 'Geisenheimer Absatzanalyse' with a small icon of a building. The main content area is divided into two columns. The left column contains the text: 'Die Geisenheimer digitale Absatzanalyse wertet die Absatzdaten von Weingütern, Kellereien und Genossenschaften aus, um den Betrieben einen Vergleich zu anderen Betrieben zu ermöglichen und der Branche zuverlässige Informationen zu geben.' The right column contains the text: 'Datenschutz hat hierbei oberste Priorität, so werden stets nur aggregierte Daten über eine Vielzahl an Betrieben zum Vergleich abgebildet.' Below this, there is a sub-heading 'Dieses Tool ermöglicht u.A. einen tiefgreifenden, empirischen Einblick in:' followed by a bulleted list: '• Die Entwicklung diverser Absatzkanäle', '• Preisliche Entwicklungen verschiedener Qualitätsstufen', '• Absatz- und Umsatzentwicklungen von Rebsorten', and '• Kunden- und Bestellungenanalysen'.

Auswahl an Kennzahlen aus den Absatzberichten

Preise, Erlöse	Durchschnittspreis » über alle Produkte » nach Absatzkanal » nach Rebsorte » nach Qualitätsstufe (Gutswein, Ortswein, etc.)
Absatz- und Umsatzentwicklung	» Betrieb insgesamt » nach Absatzkanal (Privatkunden, Fachhandel, Gastronomie, Online, LEH) » nach Rebsorten » nach Qualitätsstufen » nach Produktkategorie (Stillwein, Sekt, alkoholfreier Wein)
Kundengewinnung	» Wieviel Prozent meiner Kunden sind aktive Kunden? » Wie viele Kunden konnte ich letztes Jahr neu gewinnen? » Wie viele Kunden habe ich verloren? » Wie stehe ich im Vergleich zu anderen Betrieben da?
Kundenverhalten	» Umsatz pro Kunde » Bestellhäufigkeit pro Kunde » Durchschnittlicher Warenkorb

die Betriebe und die Branche relevante Informationen enthalten. Dazu ist das Geisenheimer Team in ständigem Kontakt mit den Betrieben. So fand nach dem Versand der ersten Auswertungen im Dezember ein Onlinegespräch mit den Betrieben statt, die laut Auswertung die höchsten Preise und Erlöse pro Flasche im Privatkunden- und Geschäftskundenbereich erzielten. Die beteiligten Betriebe schätzten den Erfahrungsaustausch zu Preisstrategien, und die Wissenschaftler erfuhren, welche Kennzahlen für die Betriebspraxis wichtig sind. So wird die Branche aktuell von den Preissteigerungen bei Energie, Glas und Karton getrieben, und es ist für die Betriebe wichtig zu sehen, wie andere diese Kostensteigerungen in Preiserhöhungen weitergeben.

Brancheninformationen. Neben den individuellen Informationen für die einzelnen Betriebe wird die Geisenheimer Absatzanalyse zuverlässige Informationen für die Branche, einzelne Anbaugebiete oder Verbände bereitstellen können. So hoffen wir, den Absatz von deutschem Biowein oder alkoholfreiem Wein genauer messen zu können und die vielen Anfragen, die wir dazu erhalten, zuverlässig beantworten zu können. Teilnehmende Betriebe unterstützen eine Lösung von der Branche für die Branche.

PROF. DR. SIMONE LOOSE

Kontakt

Bei Interesse oder Fragen melden Sie sich bitte bei Simone.Loose@hs-gm.de

