

Workshop Sommertage Getränke Wirtschaft

Wider besseres Wissen

„Die Entwicklung der Getränkebranche und die Kundenanforderungen gehen fatalerweise diametral auseinander. Dadurch werden gute Chancen verspielt“. Zu diesem Fazit kam Professor Dr. Peter Kruse am Ende eines beeindruckenden Workshops, der repräsentativ mit 55 Teilnehmern aus Industrie, Handel, Medien und Consultingfirmen besetzt war.

Den Teilnehmern des 2. World Wine & Spirits Plenums ist Professor Dr. Kruse noch lebhaft in Erinnerung. Bei dem internationalen Marketingkongress lieferte der Experimentalpsychologe einen mitreißenden Vortrag zum Thema „Erfolgreiches Management von Instabilität“. Im Rahmen der Sommertage Getränke-Wirtschaft 2006 in Berlin sorgte er zusammen mit dem Team seines Bremer Beratungsunternehmens nextpractice für einen erneuten Aha-Effekt. In einem zweitägigen Workshop mit 55 Experten aus der Branche analysierten die Bremer „Erfolgsstrategien für die Getränkekirtschaft“.

Die Teilnehmer waren über Laptops miteinander vernetzt und wurden zusammen zu einer Art interaktivem „Mega-brain“. Das tiefgreifendste Resultat: Während sich Handel und Industrie im Zuge der anhaltenden Konzentrationsprozesse immer weiter in Richtung Massenmarkt, Preisverfall und

Internationalisierung entwickeln, suchen die Konsumenten verstärkt emotionale Erlebnisse, erkennbare Unterschiede, Authentizität, Genuss und Premiumqualität. Dass es sich bei den Einschätzungen der Experten nicht um pure Wunschvorstellungen handelt, belegen die im Vorlauf zu den Sommertagen von nextpractice durchgeführten Tiefeninterviews mit



Foto: Richter

„Die Getränkebranche nutzt ihre Chancen nicht so offensiv, wie sie es könnte“, lautet die Erkenntnis von Professor Kruse.

über 100 Verbrauchern. In deren Wertewelt bilden wahrnehmbare Unterschiede, Emotionalität im Erleben und gesunde Lebensführung die zentralen Orientierungspunkte.

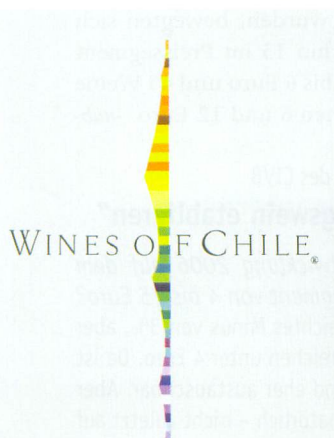
„Im Vergleich zu den Kundenwünschen bewegt sich die Getränkebranche in eine fatale

Richtung. Sie gräbt sich selbst das Wasser ab“, so die Bilanz von Professor Kruse. Effizientes und preisaggressives Handeln im Massenmarkt werden für wichtiger erachtet als die Suche nach neuen Möglichkeiten, Erträge zu generieren.

Werner Engelhard

Die von den Experten benannten Hauptentwicklungen in der Getränkebranche

1. Durch die laufenden Konzentrationsprozesse und den discountgetriebenen Preisverfall wächst die Gefahr einer immer stärkeren Verarmung der Konsumlandschaft im Markt. Die Discountstrategien werden dabei kundenseitig von der Geiz-ist-Geil-Mentalität verstärkt, beides führt zur Erosion von Margen.
2. In der Dynamik und Komplexität der global vernetzten Märkte sucht der Kunde nach orientierenden Unterschieden und Identität stiftenden emotionalen Erlebnissen. Die Globalisierungsprozesse fördern wieder den Reiz des Regionalen. Bei den Kunden deutet sich ein Wertewandel weg von der reinen Preisorientierung an. Vor diesem Hintergrund erhöhen wahrnehmbare Unterschiede den Markterfolg.
3. Das wachsende Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher erhöht das Risiko politischer Reglementierung. Die strategische Branchenkommunikation wird immer wichtiger. Die Reglementierung bei Nikotin und Alkohol sprechen eine klare Sprache. Dem kann die Branche durch gezielte Imagepflege vorbeugen.
4. Angesichts des enormen Wettbewerbs- und Kostendrucks wird es für Unternehmen immer wichtiger, über Vernetzung und Kooperationen ihre Wertschöpfung zu verbessern. Es gilt, im Spannungsverhältnis von Einzelinteressen und Kooperationsnotwendigkeit neue Lösungen zu finden.
5. Angesichts der Entwicklungen im Getränkemarkt stehen die Fragen nach strategischer Ausrichtung, Produktinnovationen, Marke und Ertrag immer mehr im Vordergrund. Die Optimierung von Managementwerkzeugen, Strukturen und Prozessen reicht nicht mehr aus. Der Fokus wechselt auf die Professionalisierung des Unternehmertums. Es geht um langfristige Strategie, Ertragsorientierung und Profilbildung am Markt.



Chile-Tasting 2006

Fachverkostung
Montag, 6. November
Meistersäle, Hotel Nassauer Hof, Wiesbaden



24 CHILENISCHE BODEGAS FREUEN SICH AUF IHREN BESUCH

ANAKENA	ODFJELL
ARESTI	SANTA CAROLINA
BISQUERTT	SANTA EMA
BOTALCURA	SANTA RITA
CARMEN	TABALÍ
CHOCALÁN	TARAPACÁ
CONCHA Y TORO	TERRA ANDINA
EL AROMO	TERRAMATER
ESPIRITU DE CHILE	TERRANOBLE
FALERNIA	TIERRA ALTA
MONTES	UNDURRAGA
MORANDÉ	VALDIVIESO

Präsentation der Weingüter 14 bis 19 Uhr
Geführte Verkostungen von 15 bis 16 Uhr
und von 16.30 bis 17.30 Uhr mit Jürgen Mathäus
Jetzt anmelden: Tel. 07 21/9 12 45-0 oder per
E-Mail: winesofchile@organize.de

