

A photograph of a vast, green agricultural field under a cloudy sky. Two people, a woman in a red and black plaid shirt and a man in a green cap and plaid shirt, are crouching in the field, examining a plant together. The field is filled with rows of green crops, and the horizon is visible in the distance.

Warum Digitalisierung nicht nur Agrarhändler revolutioniert, sondern die komplette Branche





01 Definition von **Digitalisierung**

02 What's about your **Mindset**

03 **LandwirtIn** – ein(e) der digitalsten der Welt

04 **Herausforderungen** für die Zukunft / Was die Kunden möchten

05 **Einflüsse** in den Kosmos der LandwirtInnen

06 **Konkrete Beispiele Handel:** Portale, Shops und Omni-Channel

07 **Konkrete Beispiele Technik:** Gebrauchtmaschinen

Heute geht es um ...



Ihr Referent für heute



Steffen Ober Projektleiter Konzerndigitalisierung, Schwerpunkt Agrar:

Ausbildung Groß- und Außenhandelskaufmann (2009 - 2011); Innendienst Agrar (2011 - 2013); Produktmanager Düngemittel, PSM (zentraler Einkauf, Vertriebssteuerung, Controlling, Business Development) (2013 - 2019); Dr Schumacher GmbH, Teamleiter Einkauf (01/2020 - 07/2020), heute Senior Projektleiter Raiffeisen Waren GmbH



**„Wer will findet einen Weg.
Wer nicht will, findet Gründe“**

- Jörg Löhr, ehemaliger Handball Nationalspieler, Mental- und Motivationscoach -

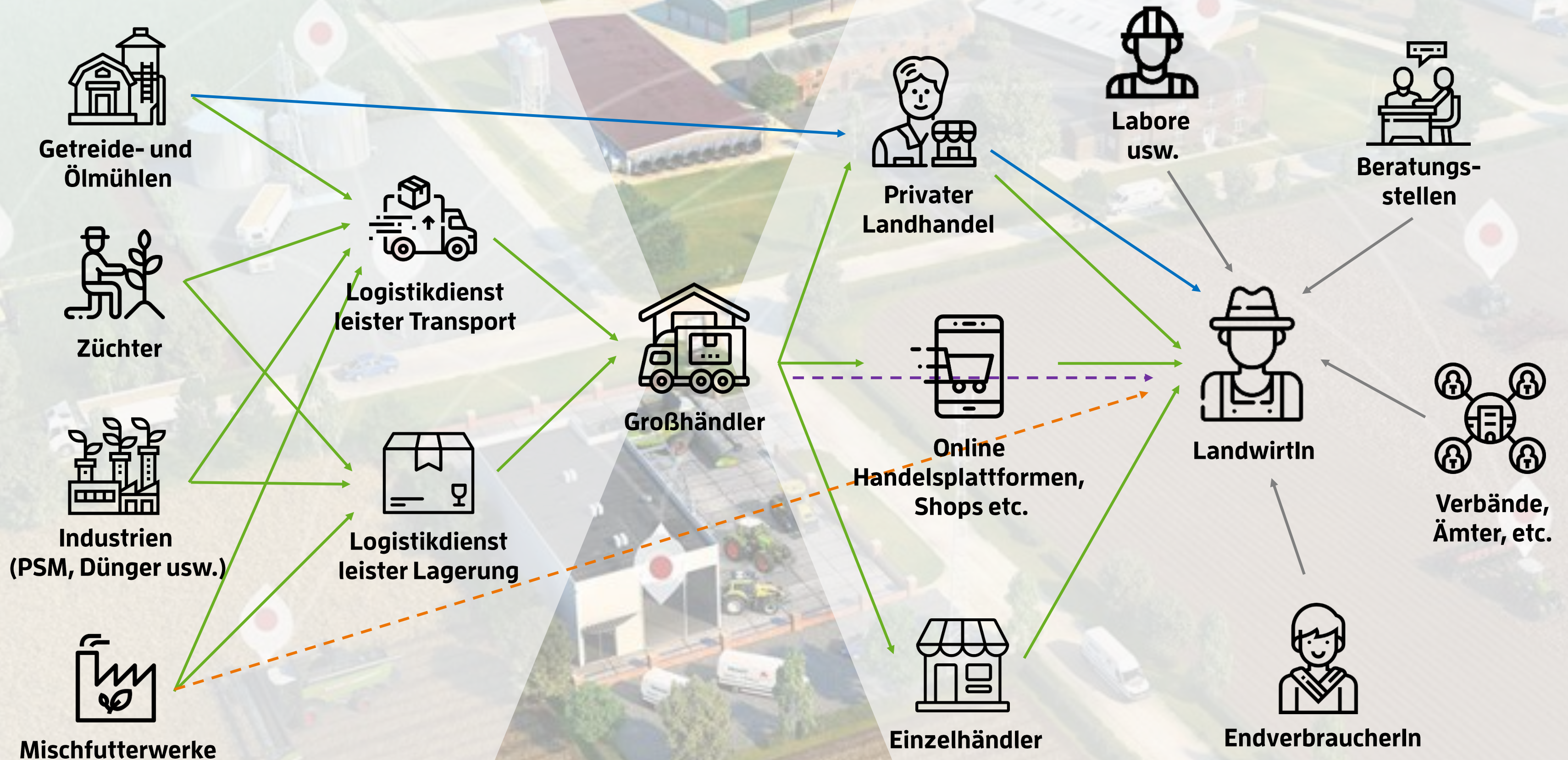


Der Begriff der Digitalisierung hat mehrere Bedeutungen. Er kann die digitale Umwandlung und Darstellung bzw. Durchführung von Information und Kommunikation oder die digitale Modifikation von Instrumenten, Geräten und Fahrzeugen ebenso meinen wie die digitale Revolution, die auch als dritte Revolution bekannt ist, bzw. die digitale Wende. Im letzteren Kontext werden nicht zuletzt "Informationszeitalter" und "Computerisierung" genannt.

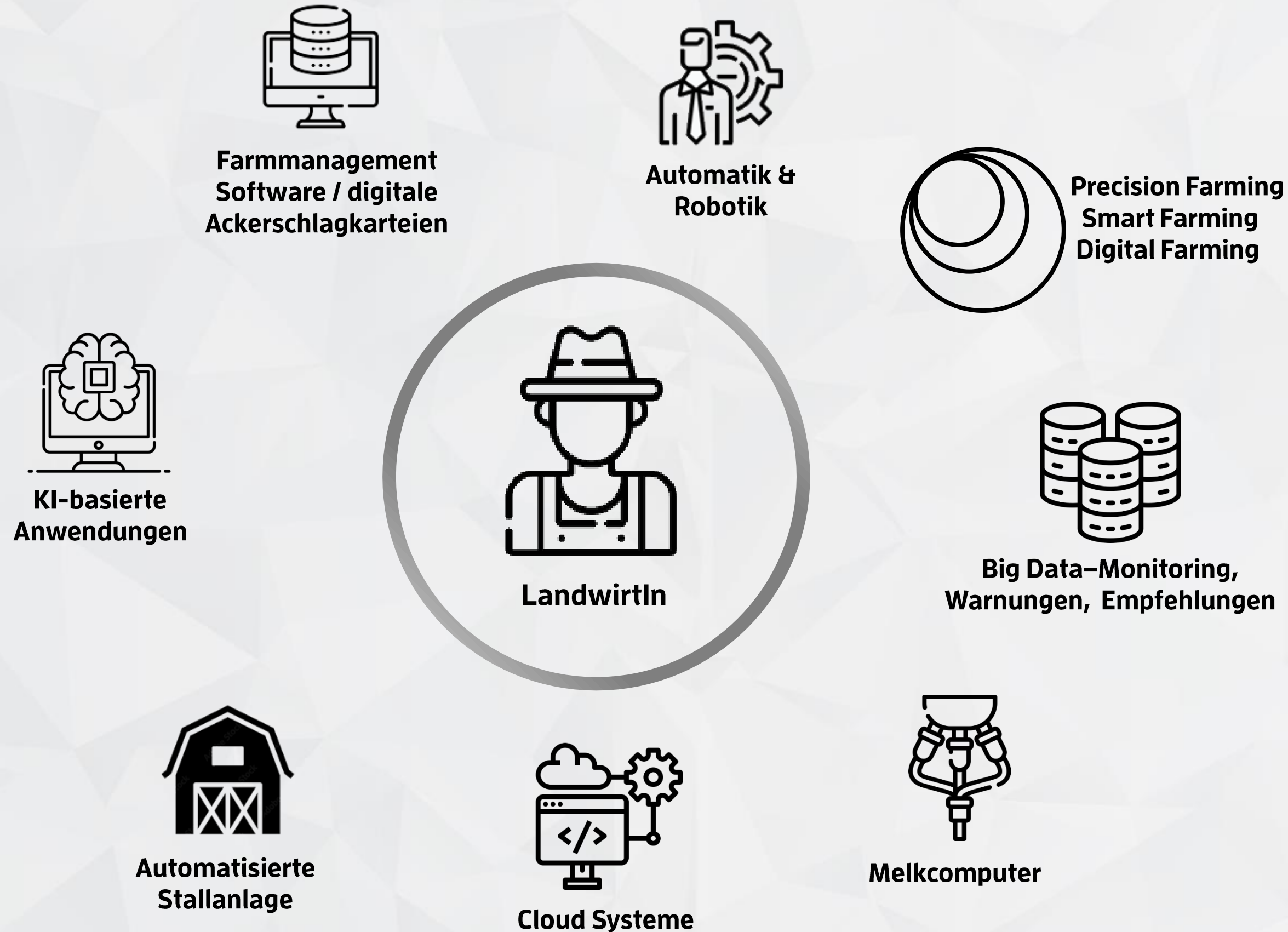
- Wirtschaftslexikon Gabler -



Kosmos Landwirtschaft – Ein Auszug



Eine(r) der digitalsten: LandwirtInnen





ooe ORF.at

OÖ-News v Magazin v Landesstudio Ganz Österreich



CHRONIK

Roboter bald auch in der Feldarbeit

Nach dem Schlagwort der Industrie 4.0 könnte jetzt bald auch von der Landwirtschaft 4.0 die Rede sein. Denn wie in der Industrie setzt auch die Landwirtschaft immer mehr auf Automatisierung. Nach Computergesteuerten Arbeitsmaschinen, Melkcomputern und Stalleanlagen steht als nächstes der Einsatz von Robotern bei der Feldarbeit an.

2022 erstmals Feldroboter im Einsatz

Deshalb haben sich die Experten der Kammer umgesehen, was es denn so alles gibt. Und sie sind fündig geworden. „Also wir werden nächstes Jahr erstmals auch einen Feldroboter zum Unkrauthacken einsetzen, es gibt bereits Roboter die jetzt eingesetzt werden zum Erdbeerpflücken muss man sich vorstellen. Die haben eine Farberkennung und sind in der Lage ganz zart Erdbeeren zu pflücken und sie nicht zu beschädigen, das alles nimmt zu“, so Feitzlmayr.

Systeme werden Mensch am Feld ersetzen

Viele der Systeme sind noch in der Entwicklung und Erprobung. Für Helmut Feitzlmayr ist aber klar, dass sie über kurz oder lang den Menschen am Feld ersetzen werden, so bedauerlich das auch sein mag, wie er sagt.

red, ooe.ORF.at



Statement einer pwc Studie

„Die Landwirtschaft nimmt eine Vorreiterrolle in der Digitalisierung ein“

» Vorteile:


- » Prozesse effizienter gestalten
- » Kosten einsparen
- » Ressourcen schonen
- » Transparenter werden – Nachhaltigkeit

» Nachteile:

- » Hohe Investitionskosten sind Hemmnis
- » Digitales Know-How in der Fläche nicht vorhanden



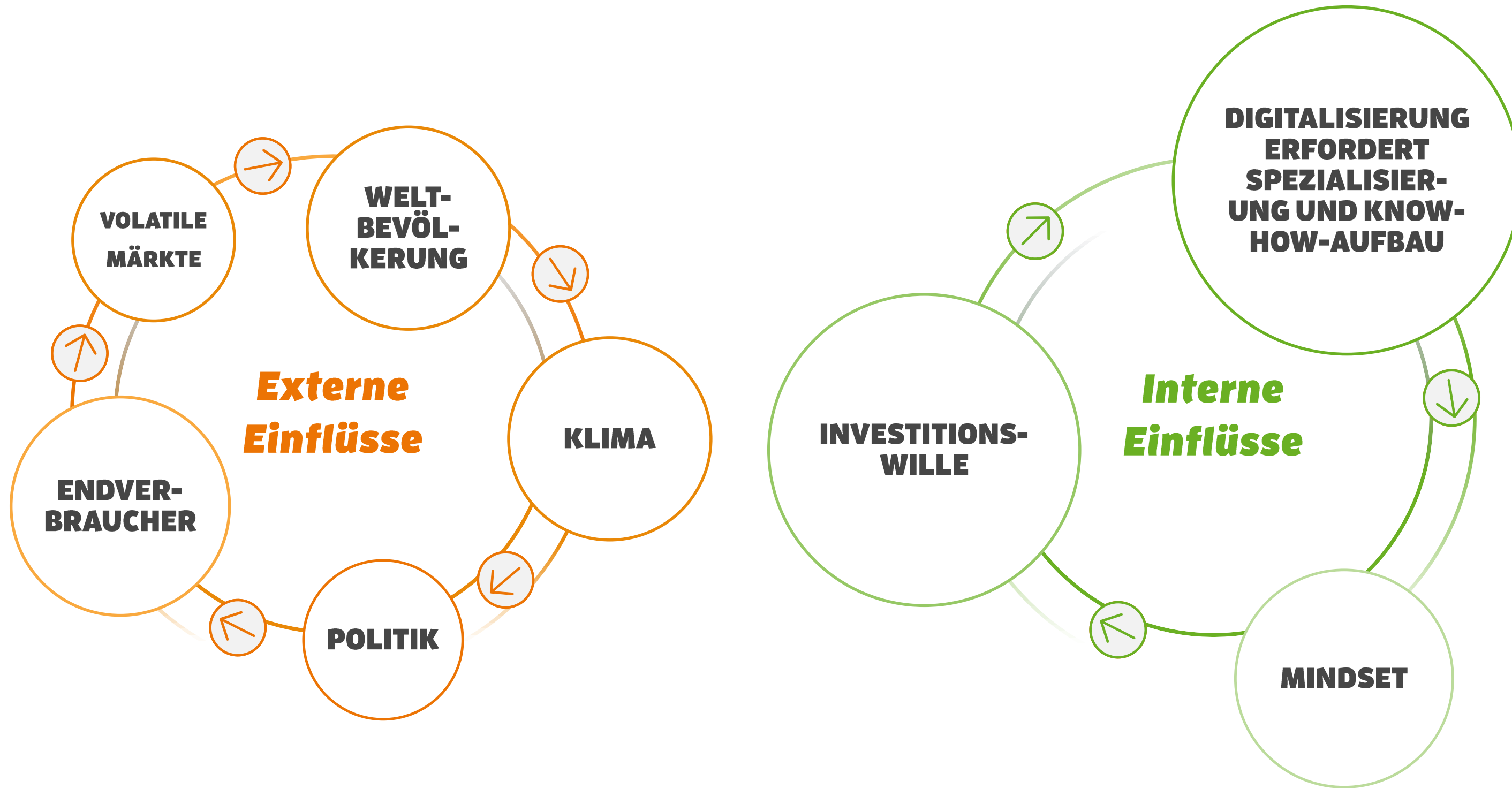
Quelle: Studienname



„Die Digitalisierung ist ein *ganz wesentlicher Hebel*, um die Versorgung der wachsenden Bevölkerung mit erschwinglichen Lebensmitteln in einer Zeit des Klimawandels sicherzustellen und für Nachhaltigkeit und Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu sorgen.“



Future challenges



Basis: Kommunikation unter Menschen



Gebrauchtmaschinen

- » Vortrag Landwirt.com – Gebrauchtmachines – Klotz am Bein oder nachhaltige Ertragschance
 - » Digitalisierung ermöglicht erst solche Plattformen
 - » Klare Prozesse und Stammdaten auf Händler Seite sind Basis
 - » Optimale Darstellung von Produkten ist entscheidend für den Verkauf – auch analog
- » Es lohnt sich **in Fachkräfte zu investieren**, die sich auf ein Themengebiet wie Gebrauchtmachines spezialisiert haben.



Smarte Gelbschale

- » Autarke Technik mit eigener Stromversorgung und Mobilfunk Modul
- » Kontrolliert laufend den Schädlingsbefall und sendet Informationen an Smartphone und Co.



Volatile Märkte

- » Extrem Beispiel: Kryptowährung
 - » Komplette Abwicklung erfolgt mobil und live – kein persönliches Gespräch mit einem Broker nötig, aber möglich
- » Getreide und Düngermärkte entwickeln sich auch dorthin
 - » Warum nutzen wir nicht Online Handelsplattformen wie Agrora, House of Crops/Unamera, Cropspot?
 - » Problem: Die Kommunikationsbasis weist große Diskrepanzen auf, dass eine einheitliche Kontraktabwicklung nicht automatisiert werden kann ohne großen manuellen Eingriff.

→ **Einheitliche Kommunikation** auf dem Markt schaffen und das international



Endverbraucher – Nachhaltigkeit & Transparenz



- » Kunden möchten in Zukunft, getriggert durch den Lebensmitteleinzelhandel, wissen wer was wann wieviel und wo mit den Lebensmittel macht.
- » Diese Datenfülle ist nicht mit der aktuellen Infrastruktur der Branche möglich.
 - » Blockchain Technologie
 - » Beispiel Start Up Connecting Food – spezialisiert auf Food Transparency, Partner SAP, Microsoft



» **Einheitliche Stammdaten** und Standards auf dem Markt schaffen und das international

Onlinehandel – Shops und Marktplätze

- » Anzahl derer die als Start Up in den Handelsmarkt drängen steigt stetig an
 - » Agrando, Agrimand, NEXT Marktplatz, Betriebsmittelhelden, Airfarm usw.
- » Durchschlagender und nachhaltiger nationaler Erfolg bleibt bisher aus
- » Ist der Venture Capital Ansatz (viele User, viele Transaktionen, schnelles Return-on-invest) richtig?
- » Wieso verwehrt sich der Handel dieser Themen?
 - » Zielkonflikt Personal vs. eCommerce



» **Einheitliche Stammdaten** und Standards auf dem Markt schaffen und das international

Omni-Channel-Ansatz

- » Kunde bildet den Mittelpunkt aller Unternehmensaktivitäten
- » Es werden alle Kanäle benutzt und diese konsequent verknüpft
- » Systematische Verknüpfung der Vertriebs- und Kommunikationskanäle
- » Kundenpräferenz und –verhalten wird registriert und bestmöglich ausgenutzt
- » Zentraler Erfolgsfaktor: Vernetzen sie Systeme und Vertriebskanäle



Omni-Channel-Ansatz: Beispiele

- » Landwirt Klaus hat unserem AD folgende Infos über sich gegeben: 250 ha, davon 1/3 Weizen, 1/3 Raps, 1/3 Mais als im konventionellen Anbau
- » Wir haben im Bereich Getreideherbizide eine Eigenmarke am Markt die preislich interessant ist.
- » Daraus wird ein Zielgruppen Mailing generiert, Klaus ist inkludiert.
 - » Mailing enthält einen Link zu unserem B2B Shop
- » Klaus öffnet das Mailing und klickt auf den Link und schaut sich das Produkt im Shop an. Kauft aber nicht weil er noch nicht ganz davon überzeugt ist.
- » Die Information, dass Klaus sich das Produkt angeschaut hat, wird über das CRM System an AD Peter gespiegelt.
- » Peter und Klaus kennen sich gut aufgrund ihrer langen Geschäftsbeziehung.
- » Peter ruft daraufhin Klaus an und spricht ihn direkt auf das Produkt an weil er weiß
 - » A) er ist die Zielgruppe
 - » B) er hat das Mailing bekommen und den Link geöffnet



Omni-Channel-Ansatz: Beispiele

- » Peter kann Klaus noch nicht restlos überzeugen. Es ist auch noch Zeit bis zur Anwendung.
Klaus möchte noch abwarten
- » Peter gibt trotzdem schon ein erstes Angebot ab, welches Klaus jederzeit im Online Portal oder in jeder Filiale abrufen kann.
- » 6 Tage später steht der Anwendungszeitraum kurz bevor. Aufgrund einer programmierten Marketing Automation bekommt Klaus eine E-Mail mit einem Reminder, dass er noch ein offenes Angebot hat.
- » Peter bekommt gleichzeitig den Hinweis über das CRM das Klaus informiert wurde und kann daraufhin Klaus noch einmal persönlich darauf ansprechen.



Omni-Channel-Ansatz: Fazit

- » Wir haben mehrere Touchpoints
- » Wir haben immer die persönliche Kommunikation im Vordergrund, die durch Technik unterstützt wird und
- » Wir geben dem Kunden die Möglichkeit über alle Kanäle mit uns in Verbindung zu treten oder Geschäft zu machen
- » Gelebter Omni Channel bietet ein enormes Potential für Unternehmen und ich arbeite Zielgruppen genau



- »Digitale Möglichkeiten für alle Landwirte nutzbar und bezahlbar machen
- »Spezialisierung - Digitale Möglichkeiten dem Landwirt in Beratung näherbringen oder auch verwalten – wenn möglich auf Handelsseite
- »Vernetzung der ganze Branche um das persönliche Gespräch im Fokus zu behalten und administrative Prozesse zu optimieren
- »Stammdaten und einheitliche Richtlinien einführen





Weiter geht's.

