



PROJEKTTAGEBUCH

LOKALER GENUSS IM DIGITALEN ZEITALTER

DIE WEIN:SEIN GMBH

Bereits seit der Unternehmensgründung kooperiert die Wein:Sein GmbH mit dem Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Magdeburg. Wie der Name erahnen lässt, liegt die Kerngeschäftstätigkeit des Unternehmens mit einem Geschäft in Magdeburg im Wein- und Spirituosenhandel. Das Angebot reicht von der Beratung bzw. dem Verkauf hochwertiger Weine, Spirituosen und Delikatessen bis hin

zur Durchführung gastronomischer Events – bspw. im Popup-Format – und adressiert bisher vor allem Konsumenten bzw. Endkunden. Da der Wettbewerb im B2C-Markt u.a. durch Online-Händler und Weinhandelsketten sehr intensiv ist, plant das Unternehmen verstärkt digital-gestützte Leistungen im Geschäftskundenbereich anzubieten.



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Magdeburg

Mittelstand-
Digital

Gefördert durch:
 Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie
aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



DER AUFBAU DES UNTERNEHMENS

Es war einmal ein junger Sommelier der hieß David. Er kam aus einer Stadt inmitten des traditionsreichen Weinanbaugebiets zwischen Rhein und Neckar. Eines Tages zog es ihn von seiner Heimat Baden-Württemberg ins ferne Sachsen-Anhalt. In Magdeburg arbeitete er als Sommelier und Weinberater beim Staßfurter Weinhandel Wein-Stein.

Doch David, der schon neben seinem Studium in der Eventbranche gearbeitet hatte, hatte ehrgeizige Pläne und Ideen, wie er mit seiner Leidenschaft für guten Wein auf modernem und digitalem Wege bald noch viele andere Menschen begeistern konnte.

Auf seiner Reise hatte er zwei weitere Mitstreiter begeistern können: Dominik und Benjamin. Auch sie hatten viele Ideen und wollten gemeinsam mit David die Vision von einem eigenen Wein- und Spirituosenhandel angehen. Ein klassischer Weinhandel kam für sie allerdings nicht in Frage. Modern, digital und zukunftsfähig sollte das Unternehmen werden. Gesagt getan,

MODERN, DIGITAL UND ZUKUNFTSFÄHIG SOLLTE DAS UNTERNEHMEN WERDEN.

sie gründeten die *Wein:Sein GmbH* und machten sich ans Werk. Jeden Tag arbeiteten David, Dominik und Benjamin unermüdlich am Aufbau ihres Geschäfts. Sie wollten ein vielfältiges Angebot aufbauen, das von der Beratung bzw. dem Verkauf hochwertiger Weine, Spirituosen und Delikatessen bis hin zur Durchführung gastronomischer Events reichte. Besonders Events im Pop-Up Format waren optimal, um das junge Unternehmen von David und seinen Jungs bei den Magdeburger Weinliebhaberinnen und -liebhabern bekannt zu machen.

Sie organisierten zum Beispiel einen Weihnachtsmarkt auf der Hubbrücke, der ein großer Erfolg für das Trio war. Obwohl das Event sehr gut lief, hatten sie die Organisation und den Aufwand ziemlich unterschätzt. Außerdem hatten sie damit vor allem Endverbraucherinnen und -verbraucher erreicht. Die eigentliche Geschäftsidee war allerdings ein Wein- und Spirituosenhandel, der sich vor allem an das lokale Hotel- und Gastgewerbe richtete.



DER WEG ZUM DIGITALEN GESCHÄFTSMODELL

Durch Online-Händler und Weinhandelsketten war der Wettbewerb in diesem Feld sehr intensiv und so fassten David und seine Mitstreitenden den Plan, für ihre zukünftigen Geschäftskundinnen und -kunden vor allem digital-gestützte Leistungen anzubieten. Das machte nicht nur den Unterschied zur Konkurrenz deutlich, sondern vereinfachte auch Abläufe rund um das Warenmanagement, die Aktualität der Speisekarten und einiges mehr.

Doch das allein war nicht genug. Sie brauchten neben vielen tollen Ideen, Events und den verschiedenen Kundenstämmen vor allem eins: ein gutes Geschäftsmodell, das all diese Bereiche zusammenführte, strukturierte und ihrem Unternehmen eine solide Basis bot.

Und so überlegten die drei Unternehmer, wie sie ein gutes und möglichst digitales Geschäftsmodell zusammenbasteln könnten. Zwar brachte David als studierter Wirtschaftsingenieur die wichtigsten Grundlagen mit, doch musste er sich gleichzeitig auch noch um so viele andere Dinge kümmern, dass er Unterstützung von Expertinnen und Experten auf diesem Gebiet gerne annahm.

Mit ein bisschen fachlichem Input würde es ihm sicher leichter von der Hand gehen, dachte sich David. Schon 2017 war er auf das *Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Magdeburg* aufmerksam geworden. In einem Zeitungsartikel der Magdeburger Volksstimme las er vom da-

mals frisch gegründete Kompetenzzentrum und dachte sich: „Das ist genau das Richtige für uns!“, rief direkt im Kompetenzzentrum an und vereinbarte einen persönlichen Termin. Im persönlichen Gespräch wurde schnell klar, dass Davids Ideen viel Potenzial mitbrachten – für sein eigenes Unternehmen und auch für das Kompetenzzentrum Magdeburg.

So organisierten sie gemeinsam die erste Digitalisierungsverkostung, bei der den Teilnehmenden nicht nur eine Kostprobe exquisiter Weine, sondern auch kurze Auszüge aus den Angeboten des *Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums* Magdeburg serviert wurden.

Er besuchte ein paar Workshops zu den Themen digitale Geschäftsmodelle und -prozesse und lernte dabei Stefan und Robert vom Kompetenzzentrum etwas

besser kennen. Die Workshops allein brachten David bereits mehr Inspiration und weitere Ideen zur Gestaltung der *Wein:Sein GmbH*.

Bei einer anschließenden Digitalisierungssprechstunde konnte David dann noch einmal die Herausforderungen der *Wein:Sein GmbH* mit Stefan und Robert im Detail besprechen. Gemeinsam waren sie sich schließlich einig: ein Umsetzungsprojekt war das richtige Angebot für das junge Unternehmen mit den großen Plänen. Und so startete das Projekt der *Wein:Sein GmbH* mit dem *Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Magdeburg* im Dezember 2018. ▶

DAVID DACHTE SICH:

„DAS IST GENAU DAS RICHTIGE FÜR UNS!“





Als nächstes standen die Kundentypologie und die Definition der Zielgruppe auf dem Plan. Mit dem Value Proposition Canvas machten sich Robert und David gemeinsam mit Dominik und Benjamin ein noch genaueres Bild von den Kundenanforderungen, damit das Wertangebot der *Wein:Sein GmbH* an diese angepasst werden konnte. Sie bastelten in mehreren Workshops an den Kundenprofilen, spielten Szenarien durch und entwickelten Theorien, wie die Anforderungen mit den Angeboten zusammengebracht werden konnten. Die Theorie klang vielversprechend, aber das war Ro-

Da David und seine ideenreichen Mitstreitenden noch viele weitere Projekte geplant hatten, pausierte die Kooperation mit dem Kompetenzzentrum nun erst einmal. Bereits im Frühjahr 2019 waren der Ausbau und Bezug einer ehemaligen Werkstatt in der Halberstädter Straße als neues Ladenlokal mit dem Namen Basta. abgeschlossen worden.

Nun war es für die drei Unternehmer vor allem wichtig den Wein- und Spirituosenhandel weiter zu etablieren, aber auch Events in der neuen Location zu planen und durchzuführen: mit Pizza, Flammkuchen und natürlich Wein bewirteten sie regelmäßig ihre Gäste bei guter Musik und bester Stimmung.

Die Zeit verging wie im Flug für David, Dominik und Benjamin während sie eifrig weiter am Aufbau ihres Unternehmens arbeiteten, Events und Eventreihen, wie die POP UP 2025 Dinner-Reihe organisierten, sich mit anderen lokalen Unternehmen vernetzten und gemeinsam weitere Ideen für zukünftige Projekte kreierten. Alles lief wunderbar.





EINE NEUE RICHTUNG

Und dann kam Corona. Die Situation änderte sich für alle schlagartig. Eigentlich waren Veranstaltungen im Basta. geplant, außerdem weitere Pop-Up Events mit Gästen, Weinverkostungen und kulinarischen Köstlichkeiten und natürlich die Weiterentwicklung der Geschäftsmodellszenarien mit dem Kompetenzzentrum. Das alles lag plötzlich auf Eis. Doch die Krise bot neue Chancen für die Digitalisierung und so nahmen auch David, Dominik und Benjamin die Situation als Herausforderung für ihr Unternehmen an. Sie hatten sowieso schon länger weitere Pläne, die Schließung von Gastronomie und Einzelhandel gab den Startschuss für ein neues Kapitel.

Im März 2020 gründeten sie gemeinsam mit der Marmelade Group und weiteren Unterstützenden die Initiative „YourLocal Magdeburg“ – ein Online-Marktplatz auf dem Kundinnen und Kunden trotz geschlossener Läden weiterhin im lokalen und regionalen Einzelhandel einkaufen können. Die Kommunikation mit Robert und Stefan vom Kompetenzzentrum lief unterdessen

per Webkonferenz weiter, denn der neue Marktplatz musste in die zuvor für das Unternehmen entwickelten Geschäftsmodelle integriert werden. Die alten Modelle sollten um ein passendes Logistikkonzept erweitert werden, denn Vernetzung und Integration standen nun mit im Fokus. Ein neues Modell wurde entwickelt, dessen Kern die Bereitstellung und den Betrieb des digitalen Marktplatzes bildete.

Heute basteln David, Benjamin und Dominik fleißig weiter am Online-Marktplatz „YourLocal“. Die Finanzierung ist ein großes Thema, aber auch die Öffentlichkeitsarbeit und die Attraktivität für lokale Unternehmen sich auf dem neuen Marktplatz mit ihren Angeboten zu präsentieren. Das Kerngeschäft mit dem Weinhandel und dem Lokal bleibt natürlich weiterhin die Basis des Unternehmens. Seit der Lockerung der Beschränkungen planen sie wieder eifrig Events mit kulinarischen Köstlichkeiten und bewirten ihre Gäste im Basta. Am Horizont sind bereits neue Projekte zu erkennen, denn die Kreativität und Schaffenskraft von David, Benjamin und Dominik hat noch lange kein Ende erreicht. ■

AM HORIZONT SIND BEREITS NEUE PROJEKTE ZU ERKENNEN, DENN IHRE KREATIVITÄT UND SCHAFFENSKRAFT HAT NOCH KEIN ENDE ERREICHT



www.vernetzt-wachsen.de



IMPRESSUM | HERAUSGEBER
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum
Magdeburg „vernetzt-wachsen“
info@vernetzt-wachsen.de
www.vernetzt-wachsen.de

c/o Zentrum für Produkt-, Verfahrens-
und Prozessinnovation GmbH
Experimentelle Fabrik I Sandtorstraße 23
39106 Magdeburg

REDAKTION
Christina Maischak
Susanne Kaufmann

BILDNACHWEIS
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum
Magdeburg
Barbara Dimanski

GESTALTUNG
Julia Zieger

DRUCK
WIRmachenDRUCK
AUFLAGE
100 Stück