

ERNÄHRUNGSINDUSTRIE

Das Digitale setzt neue Standards

Die digitale Transformation wird die Unternehmen der Ernährungswirtschaft grundlegend verändern und neue Standards setzen. Kunden haben große Erwartungen an Qualität und Transparenz und einen immer höheren Informationsbedarf. Was bedeutet das für die Unternehmen der Lebensmittelindustrie in der Praxis? Im Folgenden berichtet die Oecotrophologin Dr. Annette Neubert, seit 18 Jahren für Nestlé Deutschland tätig und derzeit als Head of Corporate Nutrition, Health and Wellness unter anderem verantwortlich für den Content im Nestlé Ernährungsstudio, über Einfluss und Anforderungen der digitalen Transformation sowohl auf das Unternehmen als auch auf ihre ganz persönliche Tätigkeit.

Immer mehr Menschen sind online und ein großer Teil nutzt das Internet, um sich zu informieren und über Themen auszutauschen. Im vergangenen Jahr haben bereits 63 % der Bevölkerung in Deutschland das Internet zur Beschaffung von gesundheitsrelevanten Informationen genutzt – Ernährungsthemen inklusive. Wenn es um spezifische Informationen zu Lebensmitteln geht, dann ist das Internet mit 42 % die zweitwichtigste Informationsquelle nach dem Point of Sale, der mit 69 % immer noch an erster Stelle rangiert.

DIGITAL CHALLENGE ALS INSPIRATION

Bei Nestlé sehen wir im Bereich Digitalisierung vier große Trends, die den Alltag der Mitarbeiter bereits heute dramatisch verändert haben und die auch in den nächsten Jahren mit einem weiteren rasanten Wandel verbunden sein werden:

1. Online-Dienste und -Inhalte werden immer häufiger mobil aufgerufen.
2. Produkte werden immer stärker personalisiert.
3. Es wird immer mehr in Online-Shops eingekauft.
4. Systeme und Geräte tauschen ihre Daten immer vernetzter aus.

Diese Trends stellen den Hintergrund dar für die Verwirklichung unserer Vision „Mit Digitalisierung die Menschen (und ihre Haustiere) bei ihrer individuellen Ernährung begleiten – für ein gutes Leben“. Auf der Agenda stehen zum Beispiel verbesserter digitaler Content, personalisierte Verbraucher-Erfahrungen, E-Commerce

und neue Vertriebskanäle sowie das vernetzte Zuhause inklusive futuristischer Küche. Was tun wir, um diese Innovationen mithilfe digitaler Strategien umzusetzen? Einmal im Jahr findet die „Digital Challenge“ statt, ein Wettbewerb, in dem Teams bereichs- und hierarchieübergreifend arbeiten. Hier geht es darum, kreative digitale Lösungen etwa für Prozesse oder Services zu finden, die durch eine schnelle und agile Umsetzung in nur 100 Tagen zu realisieren sind. Jeder Mitarbeiter kann sein eigenes Team zusammenstellen und eine Idee einreichen. Eine Jury, die aus Digitalexperten innerhalb und außerhalb Nestlé besteht, kürt am Ende das 100.000-Euro-Siegerprojekt. Eine Gewinneridee war KIM – kurz für Kitchen Intelligence (by) Maggi –, eine künstliche Intelligenz, die individuelle Rezeptideen für jeden Tag liefert. Ob beim Einkaufen im Supermarkt oder als Inspiration für den nächsten Mitternachtssnack – Maggis erste virtuelle Kochassistentin gibt allzeit Antwort auf die Frage: „Was koche ich heute?“ KIM lernt mit jedem Chat dazu. Ihre Antworten werden so immer besser und vor

allem personalisierter. Sie merkt sich zum Beispiel, ob man Fisch mag oder nicht und andere Vorlieben oder Abneigungen. An der Entwicklung waren natürlich auch Oecotrophologen beteiligt – aus dem Maggi Kochstudio bzw. aus dem Digital Team bei Maggi.

Im Kontext von Lebensmitteln und Ernährungsinformationen ist interessant, dass Ernährung bzw. Ernährungsstile immer mehr Bestandteil des eigenen Lifestyles und Ausdruck der eigenen Persönlichkeit werden. Dies prägt auch die Art und Weise, wie, wo und wann über Ernährung und Lebensmittel gesprochen wird. Die Kommunikation über Hersteller, Produkte sowie das individuelle Ernährungsverhalten findet verstärkt in Online-Foren, Blogs, auf sozialen Netzwerken und digitalen Plattformen statt. Hier agieren auch Influencer (zum Beispiel auf Instagram oder YouTube) als relevante Trendsetter, Meinungsführer und Multiplikatoren.

AUF ALLEN KANÄLEN AKTIV

Den Trend der Digitalisierung im Bereich Ernährung haben wir schon früh erkannt und bereits vor 13 Jahren unter meiner fachlichen Leitung das Nestlé Ernährungsstudio (kurz: NES) etabliert. Es ist unsere digitale Plattform für ausgewogene Ernährung, Bewegung und gesunden Lebensstil, auf der wir Menschen inspirieren und mit fachlich fundiertem Ernährungswissen informieren. Das NES mit

Die Autorin: Dr. Annette Neubert

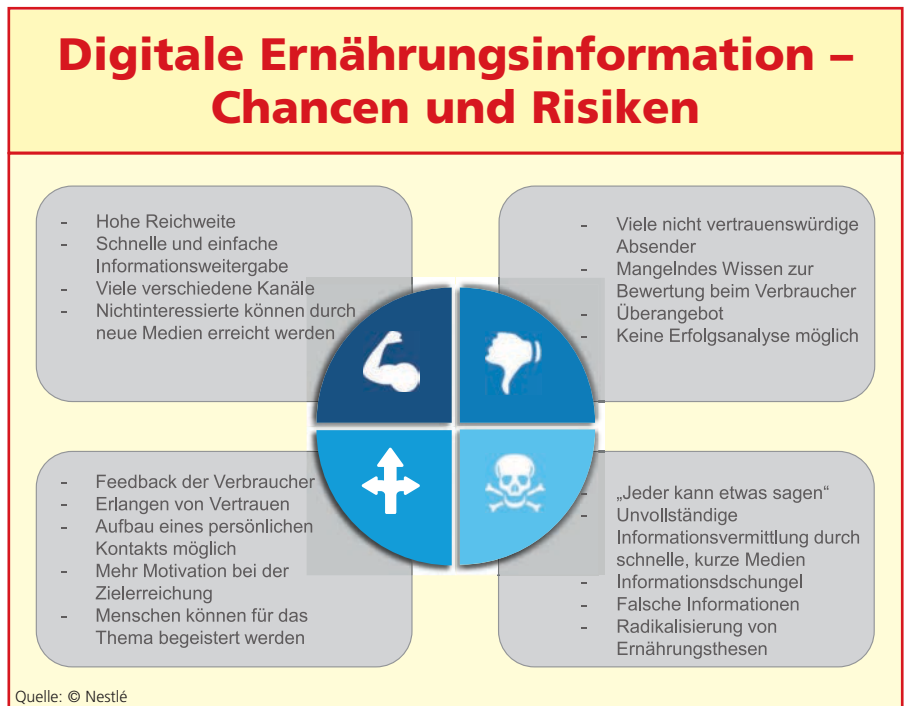
Diätassistentin und promovierte Oecotrophologin (Studium in Bonn). Zwei Jahre in der Pharmaindustrie mit dem Schwerpunkt Adipositas. Seit 18 Jahren bei Nestlé, heute verantwortlich für den Bereich Ernährung, Gesundheit und Wohlbefinden, dabei unter anderem für Ernährungssupport bei Innovation und Renovation, interne und externe Ernährungsinformation und -kommunikation. Seit 2018 ist sie Mitglied im Vorstand des VDOE.

Kontakt: annette.neubert@de.nestle.com



Foto: © privat

inzwischen fast fünf Millionen Visits pro Jahr hat klar den Konsumenten im Blick, und wir möchten mit unseren Informationen so vielen Verbrauchern wie möglich helfen, sich ausgewogen und abwechslungsreich zu ernähren sowie ihr Wissen und Verhalten rund um Ernährung zu testen. Durch Analyse des Nutzerverhaltens, wie zum Beispiel Klickzahlen oder Öffnungsraten von Newslettern, erfahren wir viel über die Interessen der User und können so auch Rückschlüsse zu relevanten Themen und Trends ziehen. Diese Informationen sind im heutigen Zeitalter unglaublich wertvoll, um userrelevanten und personalisierten Content rund um das Thema Ernährung anbieten zu können. Fragt man Verbraucher, in welchen Bereichen ihnen in den letzten zwölf Monaten Fake News aufgefallen sind, dann wird der Bereich Ernährung, Gesundheit und Fitness von 21 % – also immerhin einem Fünftel – genannt. Das zeigt, wie viel Zweifel an der Glaubwürdigkeit von Ernährungsinformationen existieren bzw. wie viel falsche Information im Bereich Ernährung vermutlich tatsächlich im Umlauf ist. Darüber hinaus zeigt es auch, wie wichtig und nötig es ist, dass Oecotrophologen im Online-Informationsdschungel



>> Den Trend zur Digitalisierung haben wir früh erkannt. <<

gel ihre Rolle als DIE Ernährungsexperten wahrnehmen. Gerade hier wird deutlich, dass Digitalisierung nicht nur Chancen, sondern auch Risiken mit sich bringt.

Die Digitalisierung verändert auch die Art und Weise der Übermittlung von Ernährungsinformationen und damit auch die Ansprüche an unsere Kompetenzen und unser digitales Know-how. Das digitale Angebot von Ernährungswissen kann heute in statisch-informative und persönlich-dynamische Angebote unterschieden werden. Zu den statisch-informativen zählen zum Beispiel Ernährungs-Apps, Fitness-Ernährungsprogramme, Videos und Ernährungswebsites. Persönlich-dynamisch ist hingegen alles, was auf Social-Media-Kanälen, in Food-Blogs oder Communities passiert, oder auch das, was moderne

Chat-Bots wie KIM von Maggi leisten. Für uns ist es wichtig, auf all diesen Kanälen vertreten zu sein und zu lernen, was die Konsumenten interessiert und wie sie die verschiedenen Angebote nutzen. Hierbei unterstützt uns das Nestlé Digital Acceleration Team (DAT) zum Beispiel mit Social Listening oder das PCE Team (Personalized Consumer Experience) mit personalisierten Newslettern. „One fits all“ funktioniert nicht mehr! Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, dass auch Oecotrophologen digitale Kompetenzen mitbringen oder erlernen, um optimal in diesem dynamischen Umfeld arbeiten zu können.

REVERSE MENTORING FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

Das gilt auch für Führungskräfte und die Generation 40+ im Unternehmen, die spezielle „Digitaltrainings“ wahrnehmen können. Dabei werden sie von jungen Mitarbeitern im Umgang mit neuesten digitalen Medien gecoacht – per „Reverse Mentoring“. Das bedeutet: Digital Natives – geboren nach 1980 und mit digitalen Medien aufgewachsen – trainieren Führungskräfte im Umgang mit Social Media, mobiler Kommunikation und helfen ihnen, die ganz eigene Denkweise ihrer Generation greifbar zu machen. Ich selbst habe ein solches Reverse Mentoring bereits mitgemacht und es hat mir extrem

viel gebracht, besonders im Hinblick auf die Themen, die im Zusammenhang mit Ernährung in dieser Gruppe diskutiert werden. In bleibender Erinnerung ist mir hier die hohe Affinität zum gemeinsamen Kochen geblieben – und die Erkenntnis, dass Rezepte heute allesamt im Internet bzw. auf Pinterest/Instagram gesucht und gefunden werden.

Auch überall sonst in der Nestlé-Welt wird an kleinen und großen Innovationen gefeilt. Das geht am besten, wenn viele sehr unterschiedliche Menschen aus verschiedenen Bereichen gemeinsam an Themen arbeiten. So treffen sich Mitarbeiter einmal im Monat beim „Digital Breakfast“, um sich in einem Kurztraining in Form eines lockeren Austausches zu digitalen Themen weiterzubilden.

Zum Schluss noch ein ganz persönlicher Gedanke: Ich bin gerne digital unterwegs und finde es wunderbar, dass man sich auf allen Kanälen austauschen kann, einfach Informationen findet oder über WhatsApp-Gruppen ganz schnell und unkompliziert vieles mitbekommt, was früher unmöglich war. Allerdings bin ich auch froh, immer wieder Gelegenheit zu haben, mit Menschen persönlich zu sprechen, ein Buch zu lesen und einfach das Smartphone mal beiseite zu legen.

Dr. Annette Neubert