

„Auf einem guten Weg“

Dirk Reinsberg, geschäftsführender Vorstand des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels (BV GFGH), skizziert im Gespräch mit Plan N, wie weit der GFGH in Sachen Nachhaltigkeit ist, an welchen Pilotprojekten sie arbeiten und warum die Anforderungen steigen werden.

Herr Reinsberg, können Sie bitte definieren, was der Getränkefachgroßhandel bzw. GFGH unter Nachhaltigkeit versteht?

Die Begrifflichkeit ist facettenreich und ein weites Feld. Folgt man den Geschichtsbüchern, so stammt der Begriff Nachhaltigkeit aus der Forstwirtschaft des frühen 18. Jahrhundert. Zum ersten Mal verwendet hat ihn der Forstexperte Hans Carl von Carlowitz. Nachhaltigkeit bedeutete für ihn, dass man nicht mehr ernten soll, als in der Natur nachwachsen kann.

Spätestens mit der Verabschiedung der „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ im Jahr 2015 durch die Generalversammlung der Vereinten Nationen hat der Begriff darüber hinaus auch eine grundsätzlich politische Dimension bekommen. Die Zielsetzungen, Entwicklung auf ökonomischer, sozialer sowie ökologischer Ebene weltweit „nachhaltiger“ zu gestalten. Die 17 von der UN definierten Nachhaltigkeitsziele bilden dabei den Rahmen. Basierend auf dieser völkerrechtlichen Grundsatzentscheidung sind in der Folge in Europa und Deutschland Entscheidungen und Entwicklungen angestoßen worden, um die gleichen Lebenschancen und Lebensqualität für gegenwärtige und auch zukünftige Generationen zu ermöglichen. Dieses Prinzip gilt heute wie morgen für alle Unternehmen, so auch für den GFGH.

Und wie ist es um das Thema Nachhaltigkeit bei den BV-GFGH-Mitgliedern bestellt?

Die ökonomische, soziale und ökologische Bedeutung des Themas ist heute unumstritten. Man kann sich dem Thema nicht mehr entziehen. Der Getränkefachgroßhandel steht, wie die gesamte Wirtschaft, vor der Herausforderung, seinen Teil der Wertschöpfungskette nachhaltig zu gestalten. Und hier sehen wir die Branche auf einem guten Weg. So ist der GFGH seit Jahrzehnten eine

tragende Säule des Getränkemehrwegsystems in Deutschland, welches nicht nur ökonomische Vorteile mit sich bringt, das Klima schützt und damit ökologisch die beste Wahl darstellt, sondern darüber hinaus auch noch eine Vielzahl von Arbeitsplätzen schafft. Auch nimmt der GFGH die Herausforderung der Weiterentwicklung des Mehrwegsystems an, wie aktuelle Beispiele zeigen. Der Bau und die Inbetriebnahme von modernisierten bzw. neuen Sortieranlagen wie z.B. durch Sagasser Getränke in Coburg, Trinks oder Heurich Getränke leistet hier einen guten Beitrag. Schaut man sich die neue Sortieranlage von Getränke Heurich etwas genauer an, so wurden bei der Konzeption und beim Bau der Anlage nicht nur vorhandene Maschinenteile sinnvoll im Sinne der Nachhaltigkeit integriert, sondern darüber hinaus mit der Installation einer Fotovoltaikanlage auch die Grundlage für einen nahezu autarken Betrieb gelegt.

Die Verwendung alternativer Energiequellen ist natürlich auch im Bereich der Logistik des GFGH ein Ziel. Die Umstellung auf



Foto: Das gute Portrait

Flurförderfahrzeuge mit E-Antrieb stellt dabei die kleinere Herausforderung dar. Hier sind bereits sehr viele Gabelstapler in der Branche umgerüstet bzw. ausgetauscht worden. Die Lkw-Flotte hingegen auf E-Antrieb oder Wasserstoff umzustellen, scheidet derzeit noch an der Verfügbarkeit entsprechender Fahrzeugangebote und/oder an notwendigen Ladungskapazitäten. Jedoch machen auch hier die ersten Einsätze entsprechender Fahrzeuge im Getränkefachgroßhandel Mut. Getränke-logistik mit E-Antrieb ist anders und neu zu planen, aber machbar. Das bestätigen die Einsätze.

In welchem Bereich besteht für den Getränkefachgroßhandel der größte Bedarf für Nachhaltigkeit: Logistik, Lagermanagement, Personal?

Ich würde im Zusammenhang mit einer nachhaltigeren Ausgestaltung des Getränkefachgroßhandels nicht von „Bedarf“ sprechen, sondern immer von Chancen. Wo gibt es Chancen, das Geschäft des GFGH ökonomisch, ökologisch und sozial zu optimieren? Dieser Gedanke muss uns antreiben. Schaut man sodann auf die Teilbereiche eines nicht produzierenden Unternehmens des Großhandels, so sticht natürlich das Lagermanagement und die Logistik zunächst hervor. Hier werden sich am schnellsten die größten Effekte realisieren lassen. Aber auch im Bereich des HR-Managements gilt es, aktiv zu werden. Der sich stets verändernde Arbeitsmarkt braucht andere unternehmerische Antworten als noch vor ein paar Jahren.

Was bedeutet für den Getränkefachgroßhandel die Pflicht zur Nachhaltigkeitsberichterstattung ab 2024? Sind alle gut vorbereitet?

Die ersten Unternehmen des Getränkefachhandels haben sich bereits, unabhängig von einer gesetzlichen Verpflichtung, intensiv mit der Nachhaltigkeitsberichterstattung auseinandergesetzt und entsprechende Berichte erarbeitet bzw. vorgelegt. Ferner werden wir als Bundesverband in Kooperation mit dem Verband des Getränke-Einzelhandels, VDGE, ein Managementtool erarbeiten, welches die Unternehmen der beiden Verbände in die Lage versetzen wird, die Themen der Nachhaltigkeit individuell aufzunehmen und zu managen. Damit wird die Grundlage dafür geschaffen, dass sich Unternehmen des Getränkefachgroß- und -einzelhandels auf kommende gesetzliche Anforderungen gut vorbereiten können.

Während des vergangenen GFGH-Kongresses in München war von Ihnen von ökologischer Unternehmensführung mit dem digitalen Nachhaltigkeitsmanager die Rede. Was hat es damit konkret auf sich?

Der Gesamttenor ist eindeutig: Man kann sich dem Thema Nachhaltigkeit nicht mehr entziehen. Wie bereits gesagt, werden wir deshalb gemeinsam mit dem Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung, ZNU, an der Universität Witten/Herdecke, der Nachhaltigkeitsberatung „fjol“ sowie dem VDGE einen branchenspezifischen, digitalen „Nachhaltigkeits-Manager für die Getränkebranche“ entwickeln. Mit diesem internetbasierten Nachhaltigkeits-Tool erhalten Unternehmen wertvolle Impulse für die Bereiche nachhaltige Unternehmensführung, Umwelt, Wirtschaft und Soziales. Wir unterstützen unsere Mitglieder dabei, die kom-

plexen Nachhaltigkeits-Themenfelder für die unterschiedlichen Betriebe besser handhabbar zu machen und unabhängig der Unternehmensgröße zu Lösungen und Optimierung zu kommen.

Wie weit ist das Projekt fortgeschritten?

Wir befinden uns mit der Erstellung des „digitalen Nachhaltigkeitsmanagers“ aktuell in einer für alle Beteiligten sehr spannenden Pilotphase. In mehreren Workshops mit Pilotbetrieben werden derzeit die unterschiedlichsten Themen diskutiert und zu einer Branchenlösung zusammengeführt. Wir hoffen Anfang des kommenden Jahres unseren Mitgliedern das Tool zur Verfügung stellen zu können. Zusätzlich entwickeln wir ein branchenspezifisches Klimabilanzierungs-Tool, mit dessen Hilfe alle CO₂-Emissionen erhoben werden können.

Können Sie als Verband ihren Mitgliedern einen Zertifizierungsstandard, wie beispielsweise den ZNU-Standard (Zentrum für Nachhaltige Unternehmensführung/Universität Witten/Herdecke) empfehlen?

Das Tool, welches wir derzeit entwickeln, orientiert sich an den bekannten Zertifizierungsstandards. Möchte ein Unternehmen, welches zukünftig das Tool nutzt, neben den sich ergebenden Management- und Berichtsoptionen darüber hinaus eine Zertifizierung durchführen, so besteht diese Möglichkeit selbstverständlich.

Welche Chancen bestehen für kleine und mittelständische Unternehmen, die sich aufgrund der zweiten Krise nach Corona finanziell weiterhin in einer sehr angespannten Lage befinden? Bleiben die auf der Strecke in Sachen Nachhaltigkeit?

Themen wie die Energiekrise, Lieferengpässe sowie die Corona-Auswirkungen bestimmen ohne Frage das Wirtschaften der Branche. Dennoch raten wir allen Unternehmen, sich dem Thema Nachhaltigkeit anzunehmen und es in die Unternehmensstrategie zu verankern. Nachhaltiges Wirtschaften ist nicht notwendigerweise mit zusätzlichen Belastungen verbunden. Im Gegenteil: Der bewusste Umgang mit wertvollen Ressourcen bringt in vielen Fällen sogar Einsparpotenziale. Im Rahmen verbleibender Spielräume sind gerade auch in Krisenzeiten Investitionen in Nachhaltigkeit sinnvoll und richtig, um gestärkt aus der Krise hervorzugehen. Denn eins ist klar: Die Anforderungen an das Thema werden steigen.

Welcher ist der nachhaltigste Transportantrieb im Getränkefachgroßhandel heute und welcher wird es morgen sein?

Meiner Einschätzung nach gibt es nicht den „einen“ Antrieb und es wird ihn auch morgen nicht geben. Derzeit nutzen wir noch ganz überwiegend den Dieselmotor als Antrieb. Der E-Antrieb wird diesen mehr und mehr ablösen, um womöglich dann selbst durch eine ausgereifte Wasserstofftechnik abgelöst zu werden. Die Zukunft wird es zeigen. Aber unabhängig von der Antriebsart der Transporte auf der Straße, sollten wir uns in der Getränkebranche mehr Gedanken dazu machen, wie wir gemeinschaftlich gerade Transporte über lange Strecken von der Straße auf die Schiene verlagern können.

Interview: Pierre Pfeiffer