

PROLOG

„Erfolg ist die beste Medizin“

Pierre Pfeiffer pfeiffer@meininger.de



Wir leben derzeit in schwierigen Zeiten, in denen von der Gesellschaft und von Unternehmen in den vergangenen 3 Jahren und auch künftig viel abverlangt wurde und noch wird. Die Corona-Pandemie und die sich auswirkenden Folgen des unseligen Ukraine-Krieges sind in vielerlei Hinsicht eine Zeitenwende. Für manche Betriebe reicht die oft zitierte „gesunde Portion Resilienz“ nicht, weil es ums nackte Überleben geht. Die Lage ist ernst - zum Glück aber nicht hoffnungslos.

Ein Get.In.-Teilnehmer sagte der GZ-Redaktion im November vergangenen Jahres, dass sich, trotz aller Schwierigkeiten, Krisen auch im Kopf abspielen. Wir, die Medien, würden einen Teil dazu beitragen - im Positiven wie im Negativen. Die GETRÄNKE ZEITUNG hat es sich deshalb zur Aufgabe gemacht, gezielt nach Firmen in der Getränkebranche zu fahnden, die mit großer Widerstandskraft, Kreativität, Innovationsfreude und Leidenschaft den Markt machen. Mit „Markt-Macher“ startet die GETRÄNKE ZEITUNG in dieser Ausgabe nun also eine Serie über Unternehmen, die allen Krisen zum Trotz über Jahre erfolgreich agieren und den Markt gestalten bzw. machen. Dabei kommt es nicht auf die Größe der Betriebe an. Der Erfolg zählt - und ist die beste Medizin.

Den Auftakt bildet Herzberg Getränke aus dem mittelhessischen Merenberg aus dem Raum Limburg/Weilburg. Der familiengeführte Getränkefachgroßhändler agiert seit nunmehr 43 Jahren erfolgreich als Getränke-Dienstleister im Rhein-Main-Gebiet, hinauf bis in den tiefen Westerwald. Von Vater Michael Herzberg gegründet, hat vor mehr als 6 Jahren auch Sohn Christopher nach erfolgreicher Karriere im Getränke-Business seine neue berufliche Heimat im familiengeführten Betrieb gefunden. Seitdem der 35-Jährige mitmischt, wurde der Umsatz von 2,6 Millionen Euro auf 12 Millionen Euro gesteigert, Corona gemeistert, Inflation gebändigt und ein neues Logistik- sowie Verwaltungsgebäude gebaut, das allen digitalen und nachhaltigen Anforderungen genügt. Mehr „Getränke mit Herz“ geht kaum, wie auf Seite 6 zu lesen ist.

IMPRESSUM

Herausgeber: Peter Meininger

Geschäftsführung:
Andrea Meininger-Apfel (-57)
Christoph Meininger (-57)

Redaktion:
Pierre Pfeiffer, Chefred. (-52)
Cecilia Hohls (+49 (0) 160 98502351)
Ole Kohls (-91)

Sekretariat:
Irina Fischer (-57)

Leitung Produktion/Grafik:
Patrick Rubick (-55)

Geschäftsleitung Sales & Marketing:
Frank Apfel (-81)

Mediaberatung:
Nathalie Brust (-47)
Michael Bosch (-40)

Verwaltung:
Miriam Raffel (-48)

Abonnenten-Service:
Martina Wasner (-36)

Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Datenträger, Fotos, und Illustrationen übernimmt der Verlag keine Haftung. Alle in GZ erschienenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten. Reproduktionen gleich welcher Art, ob Nachdruck, Fotokopie, Mikrofilm oder Erfassung in Datenverarbeitungsanlagen, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

MEININGER
VERLAG

MEININGER VERLAG GmbH
Maximilianstraße 7-17
67433 Neustadt an der Weinstraße
Telefon (06321) 8908-0
Telefax (06321) 8908-73
Internet: www.meininger.de
www.getraenke-zeitung.de
E-Mail: gz@meininger.de

Jahresabonnement: 138,00 EUR
inkl. MwSt. und Versandkosten.
(Ausland auf Anfrage)
Einzelheft: 5,80 EUR + Versandkosten.
Die Mindestbezugszeit beträgt 1 Jahr.

Das Abonnement verlängert sich automatisch, jeweils um ein weiteres Jahr, wenn es nicht spätestens 6 Wochen vor Ablauf des Bezugsjahres schriftlich bei der Meininger Verlag GmbH gekündigt wird.

Anzeigen: Siehe Preisliste Nr. 30
gültig ab 1. Oktober 2022

Erscheinungsweise: vierzehntäglich

Druck: westermann DRUCK | pva
ISSN 0947-5141

Mitglied der Informationsgemeinschaft
zur Feststellung der Verbreitung von
Werbeträgern e.V. (IVW)

MEININGER ONLINE
WEIN GETRÄNKE EVENTS



Mit Schwung in Richtung Zukunft

GASTKOMMENTAR

„Resiliente Geschäftsmodelle“

Sich kurzfristig oder auch langfristig verändernde Rahmenbedingungen erfordern von den Unternehmen des Getränkefachgroßhandels ein hohes Maß an Flexibilität und Weitsicht, um die Geschäfts- und Marktfähigkeit aufrecht erhalten zu können. Das sichere Manövrieren ist insbesondere in Krisenzeiten nur möglich, wenn die Unternehmen wirtschaftlich, personell und strategisch gut aufgestellt und somit widerstandsfähig sind. Mit dem Blick in die Zukunft gehört zu dieser Widerstandsfähigkeit eine Ausrichtung des Unternehmens unter der Überschrift „digitales und nachhaltiges Wirtschaften“. Der Gesamttenor ist eindeutig: Das Thema Nachhaltigkeit wird immer mehr an Bedeutung gewinnen und alle Unternehmen, die erfolgreich am Markt agieren wollen, müssen diesbezüglich aktiv werden und die Aspekte des nachhaltigen Wirtschaftens in ihre Unternehmensstrategie verankern. Ferner müssen die Unternehmen auch weiter an der Digitalisierung von Geschäftsprozessen arbeiten, um Ressourcen zu schonen, Aufwände zu reduzieren und veränderten Kundenwünschen gerecht zu werden.



Herzberg Getränke ist als Service-Dienstleister innovativ und wettbewerbsfähig aufgestellt.

Getränke Herzberg hat als service-orientierter Getränkefachgroßhandel mit Sitz im mittelhessischen Merenberg seinen Platz gefunden. Als zuverlässiger Service-Dienstleister rund um das Thema Getränke ist das Unternehmen innovativ und wettbewerbsfähig aufgestellt. Handelspartner im Lebensmittelhandel, Getränkefachmärkte, Tankstellen und Gastronomien sichern eine resiliente Wertschöpfung.

Das Unternehmen hat den Blick stets nach vorne gerichtet und begegnet den Herausforderungen des Marktes mit adäquaten Antworten. Hierzu gehören u.a. die richtige und ausgewogene Sortimentsgestaltung, ein Höchstmaß an Serviceorientierung und ein besonderer Fokus auf das Team der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

Es ist der stete Blick nach vorn und die Weitsicht, mit der Ent-

scheidungen getroffen werden. Das nachhaltige Personalmanagement wird auch zukünftig für die notwendige Unterstützung sorgen. Die Entscheidung, dem Unternehmen durch den Bau eines neuen Logistikzentrums ein neues Zuhause zu geben, wird dem Unternehmen weiteren Rückenwind geben. Hiervon werden die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen ebenso profitieren wie die Kunden. Das sind gute Aussichten!

Die Zukunft des Getränkefachgroßhandels wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst, dazu gehören die Chancen der fortschreitenden Digitalisierung, der stete Wandel im Konsumverhalten und die Anforderungen an ein nachhaltiges Wirtschaften. Ferner wird auch im Handel mit Getränken die Marktkonzentration, so wie in vielen anderen Branchen auch, voranschreiten. Die Unternehmen des Getränkefachgroßhandels müssen sich auf diese sich wandelnden Marktbedingungen einstellen und ihren Platz im Markt durch resiliente Geschäftsmodelle finden.

Dirk Reinsberg,
geschäftsführender Vorstand des
Bundesverbandes des Deutschen
Getränkefachgroßhandels

Biermixtime!

Cola ist cool. Satte 21,4 Prozent legten laut Stobels Bierradar die Biermixe mit der schwarzen Brause zu. Wie schon bei den AFG-Cola-Orange-Mixen steht das koffeinhaltige Erfrischungsgetränk bei den Verbrauchern ganz oben. Ansonsten kann das Segment im letzten Jahr wenig zum Absatzwachstum beitragen. Insgesamt mussten Biermischgetränke und Radler einen Rückgang von 4 Prozent hinnehmen. Eine satte Zahl, die so nicht prognostizierbar war. Eine mögliche Erklärung für den Rückgang: Die Premises der Brauereien spielen in der gerade wieder belebten Gastronomie kaum eine Rolle, da dort Radler und Biermischgetränke meist selber gemischt werden. Allen voran hatten die Naturradler für einen Boom gesorgt. Kaum eine namhafte Brauerei, die sich nicht auf das „Radler“ mit mehr naturtrüber Limonade als Bier stürzte. Schöner Nebeneffekt: Es fällt weniger Biersteuer an. Die Bayerischen Brauer toben, denn so werde das Radler verwässert, so der Vorwurf des Verbandes. Ihre Forderung: Nur ein Mischungsverhältnis von 50:50 berechtigt die Verkehrseinbringung als Radler. Dennoch setzt die Brauwirtschaft weiterhin auf das Segment. Ein Impuls könnte dazu beigetragen haben: Biermischgetränke werden bis 2030 nicht höher besteuert. Nicht nur der Extrakt, auch die Zugabe von zuckerhaltiger Limonade soll laut Brüssel als Bemessungsgrundlage zugrunde gelegt werden. Eine höhere Steuer auf Biermischgetränke bleibt den deutschen Brauereien also erst mal erspart.

Michael Busemann, Verband der
Diplom Biersommeliers



Die innovative Getränkesoftware



Warenwirtschaft



Kasse



Mobilgeräte



Webshop

Sie benötigen mehr Infos?
Wir beraten Sie gern.

+49 (0) 7633-9520 70

hallo@gesoft.de

www.gesoft.de

GESOFT