„Nachhaltigkeit ist keine Modeerscheinung“

Fünf Fragen an Dirk Reinsberg, Geschäftsführender Vorstand des BV GFGH

Brau Beviale '23
28. – 30. November 2023

ZUR PERSON

Dirk Rinsberg ist Geschäftführender Vorstand des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels (BV GFGH)

1

Herr Reinsberg, das Thema Nachhaltigkeit wird auch auf der kommenden BrauBeviale einen wichtigen Stellenwert einnehmen. Welche Rolle spielt es für den GFGH?

Eine immer wichtigere. Auch im Getränkefachgroßhandel werden Prozesse und Ausrichtungen immer mehr unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten ausgerichtet.

Der Getränkefachgroßhandel ist traditionell auf regionale Produkte und die Zusammenarbeit mit regionalen Herstellern spezialisiert. Nachhaltiges regionales Wirtschaften, so wie im Getränkefachgroßhandel, sichert Arbeitsplätze in der Region und spart CO_2-Emissionen ein. Das sind die Stärken des deutschen Mehrwegsystems und damit des Getränkefachgroßhandels.

2

Wie sehen Sie Ihre Mitglieder beim Thema Nachhaltigkeit aufgestellt?

Betriebe beginnen, ihre Energieversorgung aktiv zu überdenken, PV-Analgen zu installieren und Strom zum Beispiel durch den Einsatz moderner Leuchtmittel zu sparen, wo es möglich ist. Eine große Herausforderung stellt derzeit noch die nachhaltige Ausgestaltung der Fuhrparks da. Derzeit ist hier noch der moderne Verbrenner mangels einsatzfähiger Alternativen die erste Wahl. Allerdings: 76 Prozent aller CO_2-Emissionen sind auf den Einsatz von Fahrzeugen mit Verbrennermotoren zurückzuführen. Gerade in der Getränkelogistik, wo hohe Gewichte transportiert werden, fehlt es an alltagstauglichen Alternativen. Hybridfahrzeuge könnten eine Brückentechnologie darstellen, sind jedoch sehr teuer in der Anschaffung und stoßen im Alltag ebenfalls schnell an Grenzen, von reinen Stromern ganz zu schweigen.

3

Wie bewerten Sie die aktuellen Rahmenbedingungen

Die Notwendigkeit, Unternehmen in Richtung Nachhaltigkeit zu „trimmen“, stellt eine große Herausforderung dar, da sie mit strukturellen und prozessualen Veränderungen einhergehen muss. Hinzukommt, dass nachhaltige Investitionen Stand heute eher – im Gegensatz zu konventionellem Wirtschaftsgütern (Diesel- versus Elektro-Lkw) – wesentlich kostenintensiver sind. Die deutsche Wirtschaft und somit der Getränkefachgroßhandel braucht steuerliche und wirtschaftliche Unterstützung, um den Umbau zu nachhaltigerem Wirtschaften finanzieren zu können. Diese Rahmenbedingen kann und muss der Staat schaffen. Nur so kann eine Transformation hin zu nachhaltigem Wirtschaften gelingen.

4

Wie unterstützen Sie Ihre Mitglieder auf dem Weg in die Nachhaltigkeit?

Gemeinsam mit dem Verband des Deutschen Getränkeeinzelhandels (VDGE), Pilotbetrieben sowie der Nachhaltigkeitsberatung fjol haben wir den digitalen Nachhaltigkeitsmanager für den Getränkehandel entwickelt. Das neue Tool funktioniert über die App „leadity“ und betrachtet ganzheitlich ökonomische, ökologische und soziale Dimensionen nachhaltigen Wirtschaftens. Mitgliedsunternehmen können das gesammelte Branchenwissen nutzen und darauf aufbauend eine individuelle und ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategie erarbeiten. Zusätzlich haben wir ein Klimatool entwickelt, das Getränkefachgroß- und -einzelhändlern ermöglicht, Emissionen zu ermitteln und zu reduzieren.

5

Wie stufen Sie die weitere Entwicklung ein?

Nachhaltigkeit ist keine Modeerscheinung, sondern ein „must have“ der nächsten Jahre. Nachhaltiges Wirtschaften ist eine der größten Herausforderungen unserer Zeit. Wir müssen gemeinsam das Thema als Branche angehen und erfolgreich nach vorne bringen. Es wird anstrengend, bietet aber auch viele Chancen. (HC)