

Die Zukunft selbst gestalten

Das Huesch-Symposium am 23. April in Köln verspricht vielfältige Themen und Lösungsansätze

→ Die Vorstellung von Methodiken und Inhalten zur strategischen Ausrichtung der Getränkelogistik, Werkzeuge zur operativen Transformation, Nutzungsmöglichkeiten von Daten und KI sowie die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle: Diese und weitere Themen stehen beim diesjährigen Huesch-Symposium am 23. April in Köln auf dem Programm, das unter der Schirmherrschaft des BV GFGH steht. Über Details sprach der GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL mit Dirk Reinsberg, Geschäftsführender Vorstand des BV GFGH, und Veranstalter Bernd Huesch, Huesch & Partner. (eis)

„Die Getränkebranche – insbesondere der Getränkefachgroßhandel – befindet sich in einer Phase tiefgreifender Umbrüche.“



Bild: BV GFGH

Dirk Reinsberg, Geschäftsführender Vorstand des BV GFGH

GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL:

Der Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels trägt seit rund 20 Jahren die Schirmherrschaft über das Huesch-Symposium. Herr Reinsberg, was ist Ihre Motivation für dieses Jahr?

Dirk Reinsberg: Die Getränkebranche – insbesondere der Getränkefachgroßhandel – befindet sich in einer Phase tiefgreifender Umbrüche. Drei zentrale Szenarien werden unsere Zukunft prägen: Nachhaltigkeit, der Rückgang alkoholhaltiger Getränke sowie die Digitalisierung. Auf diese Entwicklungen müssen wir Antworten finden – und genau dafür steht das Symposium.

Huesch & Partner ist seit vielen Jahren sehr eng mit der Branche und unseren Mitgliedern verbunden und begleitet zahlreiche Beratungsprojekte genau zu diesen Themen.

Bernd Huesch: Auch wir sehen – gemeinsam mit dem Bundesverband, allerdings etwas differenzierter – dieselben zentralen Zukunftsthemen, die die Dramaturgie des Symposiums bestimmen: Strategische Ausrichtung, Nachhaltigkeit, Vertikalisierung, Automatisierung, KI und Digitalisierung sowie Trans-

formation. All diese Themen sind gewissermaßen Zwillingschwestern der Logistik.

GFGH: Was verstehen Sie konkret unter Vertikalisierung?


Reinsberg: Vertikalisierung beschreibt die vertikale Ausweitung des unternehmerischen Handels auf weitere Stufen der Wertschöpfungskette, um die Wertschöpfung zu steigern und Lieferketten zu optimieren. Kurzum: Hersteller werden zu Händlern und der Handel nutzt fremdproduzierte Eigenmarken oder produziert sogar selbst. Derartige Entwicklungen sehen wir auch in der Getränkebranche und im Getränkefachgroßhandel. Ferner beobachten wir zunehmend Kooperationen – auf der einen Seite mit der Industrie, auf der anderen Seite mit dem Lebensmitteleinzelhandel. Beide Seiten senken dadurch ihre Kosten und erschließen zusätzliches Volumen.

Huesch: Das kann ich bestätigen. Wir arbeiten derzeit in Nord- und Süddeutschland sowie im Rheinland an konkreten Kooperationen zwischen Brauereien und Getränkefachgroßhändlern – sowohl im Leergutbereich als auch im Vollgut-Nachschub.

Gerade beim Leergut ergeben sich massive Kosteneinsparungen, etwa bei Flaschensortierkosten und der Neubeschaffung von Glas. Gleichzeitig sichern diese Kooperationen für beide Seiten Marktanteile. Einer der Vorträge auf unserem Symposium wird diese Vorteile detailliert und rechnerisch transparent darstellen.

GFGH: Komme+n wir zur Automatisierung ...

Huesch: Hier steckt die Branche – insbesondere im Vollgutbereich und bei der Nutzung von Konsumdaten – noch in den Kinderschuhen. Dabei sind die Potenziale enorm. Es gibt bereits Lösungen für



„Saubere Daten sind die Basis für Digitalisierung und insbesondere für den Einsatz von KI.“

Bernd Huesch, Huesch & Partner Logistikberatung

die Säulen- und Palettenkommissionierung, während die Kastenkommissionierung weiterhin eine große Herausforderung darstellt.

Die Veltins-Brauerei wird auf dem Symposium Beispiele für fahrerlose Flurförderfahrzeuge zeigen. Zudem berichtet Markus Rütters von der DGL über den aktuellen Stand von Digitalisierung und Automatisierung.

Im Bereich der Flaschenerkennung hingegen gibt es bereits hochautomatisierte Systeme mit hoher Erkennungsgenauigkeit. Deutschland nimmt hier europaweit eine führende Rolle ein. Die Ausrollung

läuft seit mehreren Jahren – trinks ist hierfür ein gutes Beispiel und wird darüber berichten.

GFGH: Wie steht es aus Ihrer Sicht insgesamt um die Digitalisierung in der Branche?

Reinsberg: Der Bundesverband weist seit Jahren auf die zentrale Bedeutung einheitlicher „sauberer“ Stammdaten als Grundlage für Digitalisierung und Unternehmenssteuerung hin. Uns ist bewusst, dass dies eine Überlebensfrage für den Getränkefachgroßhandel ist. Deshalb haben wir das Thema »

Bild: Huesch & Partner

wieder einmal auch für 2026 ganz oben auf unsere Prioritätenliste gesetzt.

Huesch: Dem kann ich nur zustimmen. Saubere Daten sind die Basis für Digitalisierung und insbesondere für den Einsatz von KI. Es gibt mittlerweile Getränkefachgroßhändler, die KI als Betriebssystem für ihr Unternehmen nutzen.

Joachim Ehlers von Trinkkontor wird dazu aus der Praxis berichten. Getränkefachgroßhändler, Spediteure und Brauer prognostizieren damit tagesgenau ihre Absatzentwicklung und leiten daraus die notwendigen Ressourcen für Transport, Lager, Vertrieb und Finanzen ab – mit enormen Kosteneinsparungen.

Einer dieser Anwender hat kürzlich den Slogan ausgegeben: „Kein Monat mehr im Verlust.“ Wer die Branche kennt, weiß, welche Bedeutung das hat.

GFGH: Welche weiteren Erwartungen verbindet der Bundesverband mit dem Symposium?

Reinsberg: Wir haben Huesch & Partner gebeten, auch einen Blick hinter die Kulissen von notwendigen Restrukturierungsprozessen zu werfen. Dieses Thema gewinnt zunehmend an Bedeutung und wir wissen, dass bei Huesch & Partner ein großer Erfahrungsschatz vorhanden ist.

Huesch: Deshalb haben wir dieses Thema bewusst in das Symposium integriert. Wir geben einen Überblick über unsere spezielle Methodik der Strategiefindung für die Getränkebranche. Diese vereint klassische Ansätze von HENDERSON (Erfahrungskurve) und PORTER (Wettbewerbstheorie) mit modernen Strategiemodellen von Hypercalern wie Peter Thiel oder Alexander Karp. Diese Perspektiven ha-

ben uns – und der Branche – neue und äußerst wertvolle Einsichten eröffnet.

Hinzu kommen unsere praktischen Erfahrungen aus Restrukturierungsprojekten in Brauereien und im Getränkefachgroßhandel. Wir stellen konkrete Tools und Instrumente vor, etwa die Prozess-GuV, die Kunden-Artikel-Ergebnisrechnung, integrierte Finanz- und Liquiditätsplanungen sowie die topografische Hintergrundmarktanalyse.

All diese Elemente fließen in IDW-S6-Gutachten für Banken und Stakeholder ein und bilden die Grundlage für einen strukturierten Transformationsprozess, der häufig reibungslos verläuft – nicht zuletzt, weil uns die meisten Banken gut kennen.

GFGH: Meine Herren, wir wünschen Ihnen viel Erfolg beim Symposium und bedanken uns für dieses Gespräch.

Entwurf des neuen Verpackungsgesetzes

Mehrweg-Allianz begrüßt Verpflichtung der Einweg-Verpackungsindustrie zur finanziellen Mehrwegförderung

Die Mehrweg-Allianz aus Umwelt- und Branchenverbänden begrüßt den Entwurf des neuen Verpackungsgesetzes, der eine finanzielle Förderung von Mehrwegsystemen vorsieht.

Sie betont, dass ein dauerhafter Fördermechanismus nicht nur Abfall vermeiden, Ressourcen sparen und das Klima schützen, sondern auch den Wirtschaftsstandort Deutschland stärken kann. Die Allianz fordert jedoch, dass die Mehrwegförderung ausschließlich von der Einweg-Industrie finanziert wird – die Träger der umweltfreundlichen Systeme dürfen nicht belastet werden.

Barbara Metz, Bundesgeschäftsführerin der Deutschen Umwelthilfe (DUH): „Der Auf- und Ausbau

von Mehrwegsystemen muss endlich finanziell unterstützt werden. Die Mehrwegquote für Getränkeverpackungen liegt bei nur rund 43 Prozent, bei Getränkebechern in der Gastronomie bei mageren 7 und bei Essensboxen lediglich bei 0,3 Prozent. Um das verbindliche

europäische Abfallvermeidungsziel von 5 Prozent bis 2030 auch wirklich erreichen zu können, brauchen wir einen regelrechten Mehrwegboom. Der im Verpackungsgesetz angedachte Beitrag zur Mehrwegförderung von fünf Euro pro Tonne Einweg-Verpackungen kann hierzu



Bild: AdobeStock / Stockwerk-Photodesign