

Gelungenes Huesch Symposium 2026 in Köln

Die Zukunft ist jetzt

→ Am 23. April fand erneut das Huesch-Symposium statt. Über 150 Teilnehmer folgten der Einladung des Veranstalters Huesch & Partner ins Best Western Hotel nach Köln und erlebten eine rundum gelungene Veranstaltung, die unter der Schirmherrschaft des Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V. (BV GFGH) stand. Bereits am Vorabend konnten sich Teilnehmer beim „LOG-IN“-Abend auf Einladung der Radeberger Gruppe austauschen und netzwerken. (eis)

Inhaltlich spannte sich der Themen-Bogen der Präsentationen über zentrale Zukunftsthemen wie Nachhaltigkeitsansätze und deren praktische Umsetzung, den Einsatz neuer Technologien und Automatisierung, regionale Absicherungsstrategien oder effiziente Kostenoptimierungsmöglichkeiten.

Ökologie, Technik und Kosten versöhnen

Dirk Reinsberg, Geschäftsführender Vorstand des BV GFGH, zeigte, dass ökologische Anforderungen, technologische Entwicklungen und Kostenfragen eng ineinandergreifen. Steigende Energiepreise, geopolitische Unsicherheiten und neue Klimaregeln erhöhen den Druck,

während Kunden, Banken und Partner detailliertere ESG-Nachweise verlangen. Gleichzeitig entstehen neue Märkte rund um Effizienz, CO₂-arme Produktion und Kreislaufwirtschaft.

Reinsberg verwies auf konkrete Schritte der Branche – CO₂-reduzierendes Grünglas bei Jägermeister, Elektrifizierung der Coca-Cola-Flot-



Ein erneut erfolgreiches Huesch Symposium in Köln: Dafür sorgten auch wieder die spannenden Themen und hochkarätigen Referenten.



„Kreislaufwirtschaft wird zum Synonym fürs Wirtschaften von Morgen“

Dirk Reinsberg, Geschäftsführender Vorstand des BV GFGH

te, Klimaprojekte bei Rothaus und Härle – und betonte, dass nachhaltiges Wirtschaften nur gemeinsam funktioniert, da große Emissionsanteile in vorgelagerten Lieferketten liegen. Der ESG-Branchenmonitor 2026 zeigt Nachhaltigkeit als Wettbewerbsfaktor; Transportemissionen bleiben die größte Baustelle. Mit der EmpCo-Richtlinie steigt der Druck, Grünaussagen sauber zu belegen. Reinsberg unterstrich die zentrale Rolle starker Mehrwegs-systeme: Standardisierung, gemeinsame Infrastruktur und hohe Rücklaufquoten verbinden ökologische und wirtschaftliche Ziele.

E-Lkws – Erfahrungen in der Getränkebranche

In seinen Ausführungen machte im Anschluss Jörg Voßkamp, Getränke Voßkamp, deutlich, wie sich E Mobilität im Arbeitsalltag einsetzen und im GFGH realistisch bewerten lässt. Am Beispiel seines mittelständischen Betriebs stellte er klar, dass E-Lkw andere Anforderungen stellen als Pkw – vor allem wegen des Spannungsfelds zwischen Reichweite, Nutzlast, Ladeleistung und Kosten. Aktuell entstünden rund 100 Euro Mehrkosten pro Arbeitstag, die jedoch durch Mautbefreiung bis 2031 und günstigen Strom teilweise kompensiert würden. Gleichzeitig eigneten sich E-Lkw besonders für den Nahverkehr – ein Vorteil, da 87 Prozent aller Touren unter 150 Kilometern lägen.

Entscheidend für die Wirtschaftlichkeit sei das Depotladen: Nicht die Ladesäulen selbst trieben die Kosten, sondern Erdarbeiten, Netzanschlüsse und lange Vorlaufzeiten.



Jörg Voßkamp, Voßkamp Getränkefachgroßhandlung, setzt schon länger aus Überzeugung auf E-Lkw.

Zudem verlängerten sich die „Treibstoffzeiten“ gegenüber Diesel deutlich. Voßkamp unterstrich, dass der Einstieg in die E Mobilität unausweichlich sei – und wer zu spät handle, verliere den Anschluss.

Neue Methodik der Strategiefindung

Bernd Huesch ist überzeugt, dass strategische Neuausrichtung in der Getränkebranche nur gelingt, wenn externe Marktkräfte und interne Leistungsfähigkeit konsequent zusammengeführt werden. Kostensteigerungen, politischer Konsumrückgang, demografischer Druck und Digitalisierung veränderten



Bernd Huesch, Huesch & Partner: „Der GFGH gerät massiv unter Kostendruck.“

die Rahmenbedingungen grundlegend. Parallel verschieben sich Konsummuster: weniger Alkohol, mehr AFG, funktionale Getränke, Regionalität sowie ein wachsendes Event- und Anlassgeschäft.

Für Brauereien, GFGH und Brunnen bedeutet das Transformationsdruck, sinkende Ergebnisbeiträge und steigende Erlösschmälerungen. Huesch betonte, dass Transparenz der erste strategische Schritt sei – Kundenprofitabilität, Sortimentsqualität und Prozesskosten müssten klar sichtbar werden, gestützt durch Tools wie Marktanalyse, Kunden-Artikel-Profitabilität und Prozess-GuV.

Er definierte drei strategische Grundoptionen: Kohorten-/Kundenskalierung, Sortiments-Kontext-Monopol oder Gebietsmonopol. Wer in keine dieser Logiken passt, verliert strukturell an Wettbewerbsfähigkeit. Entscheidend bleibt die Umsetzung: Organisation, Logistik, Vertrieb und Verwaltung müssen mit klaren Prioritäten und messbaren Ergebnissen vorgehen.

Effizientere Vorgänge bei Radeberger

Inwieweit Logistikeffizienz mit Dynamik einhergeht, erläuterten anschließend Fabian Brunke, Radeberger Gruppe und Max Huesch, Partner Huesch & Partner. Sortimentsbreite, Aktionen und Leergut verschärften die Komplexität, »



Fabian Brunke (li.), Leiter Vertriebslogistik, Radeberger Gruppe und Max Huesch, Partner bei Huesch & Partner

Verfügbarkeit und Preis würden immer wichtiger und Überregionalität brauche Logistikexpertise.

Bei der Radeberger Gruppe spiegelten sich eine erhöhte Kostenstruktur in Form von Produktions- und Logistikkosten der ursprünglich 5 Rampen wieder, außerdem in hohen Kosten der Intrawerkverkehre und weiteren Ineffizienzen. Die Süd/West-Rampe verursachte hier massive geographische Überschneidungen, woraufhin die Radeberger Gruppe ihr gesamtes Logistiknetzwerk auf 3 nationale Rampen optimierte und eine neue Süd-Ost-Rampe am Tucher-Standort Nürnberg/Fürth schuf, die Anfang Januar in Betrieb genommen wurde.

Regionale Absicherungsstrategien

Christoph Dietz, Geschäftsführer Getränke Geins, skizzierte ein Marktumfeld, das weiterhin von

„Kann man in diesem Umfeld als GFGH überhaupt noch überleben?“

Christoph Dietz, Geschäftsführer Getränke Geins

deutlichen Spannungen geprägt ist: Gastronomie unter Druck, fortschreitende Handelskonsolidierung, veränderte Konsumgewohnheiten sowie Regionalitätstrends, Preisanpassungen und eine anhaltende Kostenexplosion. Vor diesem Hintergrund stellte er die Frage, ob ein GFGH unter diesen Bedingungen noch zukunftsfähig agieren könne. Dietz machte klar, dass Getränke Geins dies mit einer klaren strategischen Ausrichtung beantwortet: Transparenz über alle Prozesse, neutrale Marktführerschaft in den Regionen, konsequente Kostenführerschaft, ausgeprägte Kundenorientierung und nachhaltiges Handeln als Familienunternehmen.

Entscheidend sei das Zusammenspiel aller Bereiche – Logistik, Vertrieb und Verwaltung sichern gemeinsam die Leistungsfähigkeit. Besonders hob Dietz die Logistik hervor, die maßgeblich zur Zielerreichung beigetragen habe: Grundlage für nachhaltiges Wachstum, stärkere Kundenbindung, höhere Effizienz und bessere Arbeitsbedingungen. Zudem ermögliche sie Transparenz und datenbasierte Steuerung – ein zentraler Faktor in einem zunehmend komplexen Markt.

GAM-Strategie der Edeka

Rainer Schwittay, Edeka Rhein-Ruhr, erläuterte, wie sich die Getränke-logistik bis 2030 verändern werde und welche Rolle trinkgut im Edeka-Verbund spiele. Die starke regionale Präsenz und die t-log-Standorte in Hamm, Ober-

hausen und Frechen bildeten das Rückgrat der Versorgung – zugleich steigen Sortimentsbreite und Prozessanforderungen.

Ein zentraler Punkt ist die wachsende Belastung des Mehrwegsystems: Immer mehr Brauereien und internationale Marken setzen auf Individualgebinde, was Sortierung und Rücknahme verteuere und Kooperationen zwischen Handel, GFGH und Industrie notwendig mache.



Die Strategien der Edeka Rhein-Ruhr erläuterte der Leiter Zentrale Mehrweglogistik, Rainer Schwittay.

Schwittay betonte zudem die zunehmende Komplexität der Kommissionierung – von Paletten über Displays bis zu Einweg-Schrumpfpackungen. Automatisierung durch Depalettierer, Roboter, Shuttle-Puffer oder automatische Mischpaletten werde an Bedeutung gewinnen, um Effizienz und Prozessstabilität zu sichern. Die Getränke-logistik 2030 müsse stärker automatisiert und partnerschaftlicher werden, um Mehrweg, Sortimentstiefe und operative Leistungsfähigkeit dauerhaft zu gewährleisten.

Distribution folgt dem Kunden

Im Anschluss zeigte Katrin Schilz, wie fritz kola seine Distribution konsequent am Kunden ausrichtet – und wie „vorgezogene Rampen“ zum zentralen Erfolgsfaktor wurden. Vom Start up zur mittelständischen Marke sei fritz kola stets entlang eines regional verankerten Supply Partnernetzwerks gewachsen. Die Marke folge der Marktdurchdrin-



gung, nicht umgekehrt – getragen von integrativen Strukturen, die Know how, Nachhaltigkeit und enge Zusammenarbeit verbinden.

Operativ bedeute das: präzises Forecasting, funktionierendes



Katrin Schilz, Camp Lead Germany, fritz-kola: starkes Supply Partnernetzwerk folgt Marktdurchdringung

Leergutmanagement und eine reibungslose innerbetriebliche Bereitstellung – erschwert durch Displays, Multipacks und individuelle Gebindeformen. Die Antwort darauf sei ein vernetztes Steuerungsmodell mit cross funktionalen Routinen, granularen Reports, einem integrierten Demand /Supply Ansatz und einem einheitlichen Sortiervergütungssystem. Ergänzend setze fritz kola auf zentrale Bestandsführung, höhere Sicherheitsbestände und eine koordinierte Materialbewegung im gesamten Netzwerk – stets in enger Abstimmung mit dem GFGH.



Berichtete über die Automatisierung der Intralogistikprozesse und die Gründe dafür bei der Brauerei C. & A. Veltins: Logistikleiter Benedikt Flüge

Automatisierung trifft Arbeitskräftemangel

Benedikt Flüge zeigte, wie Veltins die Intralogistik umfassend automatisiert. Der demografische Wandel verschärft den Personaldruck, Bewerbungen gehen zurück, körperlich belastende Tätigkeiten verlieren an Attraktivität – gleichzeitig steigen Anforderungen an Effizienz, Prozesssicherheit und Flächennutzung.

Veltins reagiert mit einem breiten Automatisierungsansatz: automatisierte Leergutprozesse, mehrere Hochregallager, ein modernes Sortierzentrum, automatisierte Displaylinien und Elektrohängebahnen, vernetzt über einen zentralen Leitstand. Die Technik entlastet Mitarbeitende, reduziert Fehler, erhöht den Durchsatz und stabilisiert Prozesse – ersetzt aber keine Arbeitsplätze, sondern verschiebt Rollen hin zu Steuerung und Überwachung.

Investitionen, Wartung und technologische Lebenszyklen bleiben Herausforderungen. Dennoch führt an Automatisierung kein Weg vorbei: Echtzeitdaten, KI-gestützte Materialflüsse und Mensch-Maschine-Kollaboration prägen die Zukunft. Automatisierung wird damit zur Voraussetzung für die Zukunftsfähigkeit der Branche.

Flaschensortierung: Das Ende der Intransparenz

Tobias Frobels und Max Huesch zeigten, wie stark die Flaschensortierung seit 2020 unter Druck geraten ist – vor allem durch massiv gestiegene Durchmischung im LEH. In einer 24er-Kiste fänden sich heute im Schnitt 15 Fremd- oder Fehlflaschen statt zehn. Displays, Multipacks, Individualflaschen und nationale Distribution trieben diese Entwicklung weiter.

Parallel explodieren die Kosten: Mindestlohn, CO₂-Preis und Diesel verteuern jeden Sortierschritt. Hinzu kommt die „unsichtbare Rechnung“ der Intransparenz – Pfandverluste, Flaschentausch, Misch-



„15 von 24 Flaschen sind fremd oder fehlen.“

Tobias Frobels (re.), trinks, und Maximilian Huesch, Huesch & Partner

glas und unnötige Staplerverkehre verursachen laut Huesch & Partner bis zu 1,50 Euro pro Kiste. Der „Doppel-Wumms“ aus Kostenboom und Durchmischung macht klar, dass manuelle Ineffizienz nicht mehr tragfähig ist.

Frobels und Huesch präsentierten daher eine neue Systematik, die Bauchgefühl durch belastbare Kalkulation ersetzt: nationale Durchmischungsdaten von trinks kombiniert mit den individuellen Kostenstrukturen der Abfüller. Das Tool liefert eine flaschenbasierte Gesamtkostenrechnung – inklusive Sortierkosten, Pfandverlusten, Flaschentausch, Neuglasanteilen und Anlagenwirkungsgraden. Jeder Cent wird nachvollziehbar, jede Maßnahme belegbar.

Moderne Tech Stacks und End 2 End Lösungen in der Getränkeindustrie

Darum, wie moderne Tech Stacks die Getränkeindustrie verändern – und warum „Best of Breed“ heute der entscheidende Ansatz ist, ging es in dem Vortrag von Christopher Messina, Logistikinvestor & Beirat Wirt.-Ing & Lean Six Sigma Black Belt.

Statt monolithischer Systeme setzt die Industrie zunehmend »

auf modulare Architekturen, die Forecasting, Order-Routing, WMS, TMS, IoT-Anwendungen und Robotik in Echtzeit verbinden. Nur integrierte Datenstrukturen und automatisierte Prozessketten ermöglichen die Geschwindigkeit und Präzision, die B2C-Same-Day und B2B-Next-Day erfordern.

Am Beispiel der flaschenpost demonstrierte Messina einen End-to-End-Stack: Bedarfsauslösung durch den Kunden, automatische Grob- und Feinplanung, Kapazitäts- und Regelprüfung sowie Echtzeit-Fulfillment. Mensch und Maschine arbeiten dabei hoch effizient zusammen. Moderne Tech-Stacks beschleunigen Prozesse nicht nur, sie schaffen vor allem Transparenz, Datenhoheit und unmittelbare Kundennähe.

KI-Erfahrungen im GFGH

Joachim Ehlers, CFO trinkkontor, zeigte, wie trinkkontor in drei Jahren eine KI-gestützte Prognoseplattform aufgebaut hat, die Technologie und Betriebswirtschaft eng verzahnt. Grundlage sind saubere Stammdaten, transparente Analysen und disziplinierte Umsetzung – KI als Werkzeug für präzisere Prognosen und schnellere Entscheidungen.

Der Inhouse-Python-Baukasten kombiniert Machine Learning mit Faktoren wie Wetter, Events, Saisonalität und Preiserhöhungen und liefert Mengen- und Umsatzprog-

*„KI-Prognose-
erstellung sind
keine Raketen-
wissenschaften.“*

Joachim Ehlers, CFO trinkkontor

nosen auf Kunden-, Artikel- und Lieferantenebene. Ihren Wert entfaltet die Plattform in den Fachbereichen: geringere Kapitalbindung und Transportkosten, integrierte Plan-GuV und Liquiditätsplanung, datenbasierte Bestandskundensteuerung, Neukunden-Rasterfahndung sowie bessere Kapazitätsplanung in der Distribution.

Strategisch setzt Ehlers auf Backcasting – von der erwarteten Zukunft rückwärts denken. Der Nutzen der KI zeigt sich für ihn in drei Dimensionen: attraktivere Arbeitsplätze, effizientere Prozesse, bessere Ergebnisse.

Podiumsdiskussion

„Wo muss die Branche hin?“ Dieser Frage gingen Dirk Reinsberg, Fabian Brunke, Christoph Dietz und Christopher Messina in der von Max Huesch moderierten Runde nach. Schnell wurde klar: Die Getränkelogistik steht an einem Wendepunkt. Reinsberg brachte es auf den Punkt: „Wir sind auf der Schnellstraße und müssen auf die Autobahn.“ Brunke forderte eine echte Optimierung der Lieferkette, Dietz betonte Flexibilität, Messina verwies auf steigenden Effizienzdruck und die zentrale Frage: Was will der Endkunde?

Beim Thema Marktverwerfungen herrschte Einigkeit: Die Konsolidierung ist Realität, und das GFGH-Modell müsse neu gedacht werden – inklusive gemeinsamer Nutzenmodelle und neuer Dienstleistungen. Brunke hob hervor, dass Kostenfokussierung für viele noch



neu sei und die Komplexität weiter steige.

In den Handlungsempfehlungen kritisierte Messina mangelnde Umsetzung. Sein Appell: Tempo erhöhen, in kleinen Schritten starten und das eigene Alleinstellungsmerkmal konsequent schärfen.

Restrukturierung von GFGH und Brauereien

Im Abschlussvortrag zeigte Bernd Huesch, Huesch & Partner, wie Restrukturierung in GFGH und Brauereien gelingt – und warum sie ohne radikale Transparenz nicht funktioniert. Ausgangspunkt sind klare Befunde: unstrukturierte Bilanzen, wachsende Verluste, sinkende Kapitaldienstfähigkeit sowie Verlustkunden, unprofitable Artikel und überhöhte Prozesskosten.

Jede Sanierung beginnt für Huesch mit strategischer Fokussierung: Kerngeschäft schärfen, Gebiete verdichten, Sortimente bereinigen und Kunden nach Profitabilität steuern. Tools wie Prozess-GuV, Pricing und KI-gestützte Prognosen liefern die Basis für eine saubere Bewertung von Kunden, Artikeln und Logistik.

In der Umsetzung steht Right sizing im Mittelpunkt: Verlustkunden abbauen, profitable Neukunden aufbauen, Ressourcen freisetzen und Organisation, Vertrieb, Produktion und Transport entlang klarer Maßnahmen neu ausrichten. Die Finanzplanung koppelt Kosten eng an Erlöse und schafft belastbare Entscheidungsgrundlagen. ///



Christopher Messina, Logistikinvestor & Berater Wirt.-Ing. & Lean Six Sigma Black Belt

Impressionen aus Köln



Dr. Stefan Wunderlich, Warsteiner Brauerei Haus Cramer, U. Bernardy, visiontec, Peter Scholz, Augustiner Bräu und Michael Göckede, Warsteiner Brauerei Haus Cramer (v.l.)



Markus Degenhart (li.), Getränke Degenhart, und Franz Demattio, GEFAKO



Bernd Sonnenschein (li.), Süddeutsche Getränke-distribution, und Vinzenz Pfister, Schlossbrauerei Maxlrain



Andreas Bosch, Groß+Klein Getränke Logistik, Andreas Vogel, VDGE, Torsten Sedat und Nils Bjarne Palm, beide Für Sie Handels-genossenschaft



Nick Jonas (li.), Fa. Heurich, mit Peter Scholz



Katrin Schilz, fritz-kola, und Torsten Hiller, Logipack



Sebastian Zapf, Neumarkter Lammsbräu und Michael Schiekofer, Getränke Ziegler



K. Götz, Sirl LeergutPlus, Herbert Ammicht, Sirl Interaktive Logistik und Christian Glasl, Getränke Glasl (v.l.)



Nils Bjarne Palm und Torsten Sedat mit Thomas Eisler, Redaktion GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL (v.r.)