

Effizienz gefordert

Logistische Veränderungen und Zukunftsherausforderungen der Getränkebranche in Deutschland

→ Der GFGH ist gewissermaßen ein Lagerleistungs- und Speditionsunternehmen mit Einkaufs-, Verwaltungs- und Verkaufswissen für die gesamte nationale Getränkebranche. Das Geld wird in der Industrie verdient, aber der GFGH ist das wichtige Bindeglied, das mit niedriger Marge den bilateralen Transfer zwischen Produzent und der Gastronomie, den Getränkemarkten und den Outlets des Lebensmitteleinzelhandels durchführt.

Traditionell belaufen sich die Logistikkosten dabei in der Gastronomiebelieferung auf etwa 55 bis 65 Prozent der Gesamtkosten.

In der Belieferung des Handels liegen die Logistikkosten mit einem Anteil von 66 bis 75 Prozent sogar noch um einiges höher und lassen nur eine sehr geringe Rendite von 0 bis 4 Prozent pro Jahr zu. Die Bran-

che ist seit Jahrzehnten von Konsolidierungen, Übernahmen der großen Brauereien und Handelsgruppen oder branchenfremden Investoren geprägt und kämpft jedes Jahr aufs Neue gegen die Machtstrukturen oberhalb und unterhalb ihrer Supply-Chain an. Kurz gesagt: Die Rahmenbedingungen für Investitionen, langfristiges Management und den Aufbau von Finanzpolstern sind bereits seit Jahren eher suboptimal.

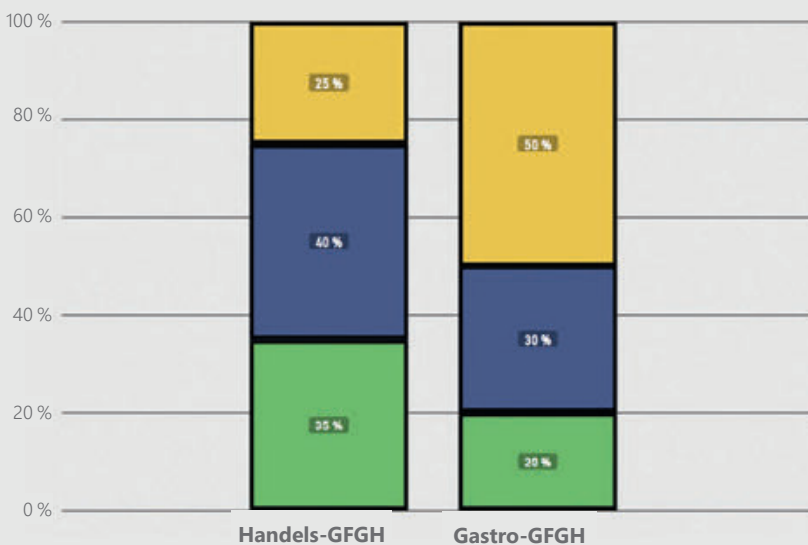
Einflussfaktoren auf die deutsche Getränkebranche

Die Logistik der Getränkebranche hat in den letzten fünf Jahren erhebliche Veränderungen durchlaufen, die die Art und Weise, wie Getränke in Deutschland geliefert und vertrieben werden, stark beeinflusst haben. Diese Veränderungen wurden durch verschiedene Faktoren ausgelöst und haben zu gewaltigen Herausforderungen auf jeder erdenklichen Ebene geführt. In diesem Beitrag befassen wir uns daher mit den jüngsten Entwicklungen und Problemen sowie den bevorstehenden Herausforderungen in der Getränkelogistik in Deutschland.

1. Einfluss von Corona auf Gastronomie und Getränkelogistik

Der Elefant im Raum, der die Degression der Gastronomie rasend beschleunigt und die Degression im Handel etwas verschleiert hat, ist Covid-19. Die Pandemie hatte einen erheblichen Einfluss auf die Gastronomiebranche und rang sie nachhaltig zu Boden – was sich wiederum auf die Getränkelogistik auswirkte. Aufgrund von Lockdowns und Restriktionen mussten zahlreiche Restaurants und Bars »

Kosten des GFGH: ● Lager und Leergut ● Transport ● Verwaltung, Vertrieb, Overhead



(Quelle: Huesch & Partner)

vorübergehend schließen oder ihren Betrieb stark einschränken. Durch den drastischen Rückgang der Nachfrage nach Getränken in der Gastronomie, verlagerten sich die Supply-Chain und Vertriebswege von Getränken vermehrt auf den Einzelhandel. Das wieder erforderte eine kurzfristige Anpassung der Logistikprozesse und stellte die Geschäftsgrundlage für Gastro-Spezialisten kurzzeitig infrage. Industrie und Getränkefachgroßhandel haben sich angepasst: einige schnell, andere langsam, manche gar nicht. Man könnte in diesem Zusammenhang auch umgangssprachlich sagen: Wenn das Wasser schnell zurückgeht, sieht man, wer all die Jahre ohne Badehose geschwommen ist ...

2. Fachkräftemangel, Mindestlohn und steigende Kosten

Ein weiterer bedeutender Einfluss in der Getränkelogistik ist der an-

haltende Fachkräftemangel. Dies betrifft nicht nur Fahrer, sondern auch Lagerarbeiter und andere Fachkräfte in der Branche. Die Erhöhung des Mindestlohns hatte Auswirkungen auf die Logistikkosten: Unternehmen müssen höhere Löhne zahlen, was die Betriebskosten weiter ansteigen ließ. Der Mangel an qualifizierten Arbeitskräften hat zugleich zu steigenden Löhnen und Gehältern geführt, was ebenfalls die Kosten der Logistikdienstleistungen erhöhte. Zudem kletterten auch die Kosten für Lkw und Betriebsmittel in die Höhe und trugen ihren Teil zum Anstieg der Kostenspirale bei.

Branchenspezifische Logistikdienstleistungen, mit denen sich der GFGH etwas aus den Klauen des Fachkräftemangels und des Markt- beziehungsweise Verkaufstrends befreien könnte, werden aktuell durch das Management

vielfach noch viel zu wenig ergründet. Flaschenfeinsortierungs- oder Hostingdienstleistungen können bereits bei mittlerer Unternehmensgröße interessant werden – und die Bereitschaft der Industrie in diesen Segmenten auf Dienstleistungen zurückzugreifen, ist hoch.

3. CO₂ und die Nachhaltigkeitsanforderungen

Darüber hinaus werden die Anforderungen an Nachhaltigkeit und die Reduzierung von CO₂-Emissionen in der Logistik immer strenger. Dies erfordert die Umstellung auf umweltfreundlichere Transportmittel und -methoden, was zusätzliche erhebliche Investitionen erfordert. Innenstädte, insbesondere in Großstädten, erhalten zunehmend Fahrradwege und weiten Zeitbegrenzungen für Lieferfahrten aus. Derartige Veränderungen und Auflagen machen den Einsatz »

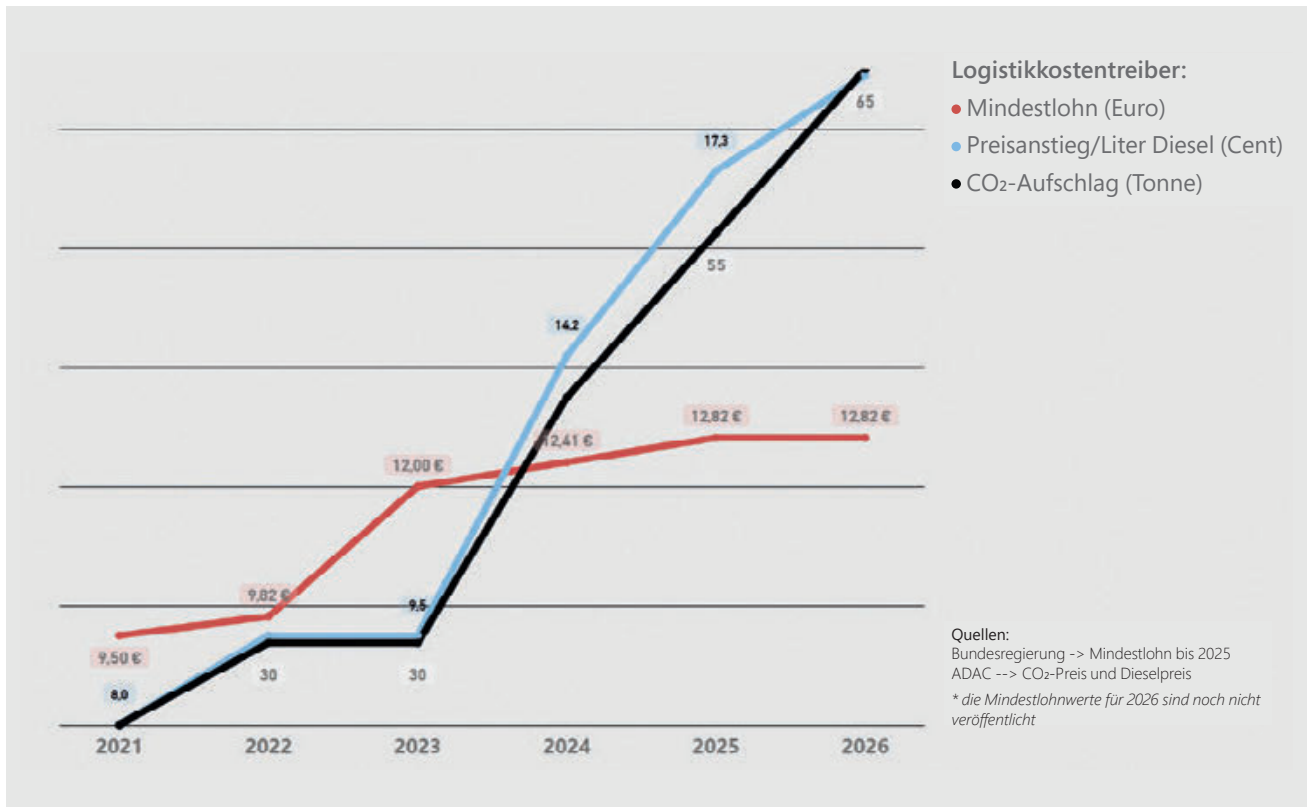


Herzlichen Glückwunsch

zu 125 Jahren Bundesverband Getränkefachgroßhandel



PRIVATBRAUEREI
SEIT 1886



(Quelle: Huesch & Partner)

von größeren Fahrzeugen und eine Hängerlogistik, zur Optimierung der Logistik äußerst schwer. Hier bedarf es grundlegender neuer Logistikkonzepte.

4. Warenverfügbarkeit seitens der Industrie

Die Warenverfügbarkeit von Getränken ist ein zentrales Anliegen der Logistik in der Getränkebranche. Um die Nachfrage der Kunden zu befriedigen, müssen Unternehmen enge Beziehungen zu den Herstellern und Lieferanten aufrechterhalten. Ein Mangel an Produktverfügbarkeit kann zu Umsatzeinbußen und Kundenverlusten führen und die Logistikkosten in der Beschaffung in neue Höhen treiben. Ein Lkw-Rundlauf NRW/ München wird umso schmerzhafter, wenn sich die erhöhten Diesel- und AdBlue-Kosten (ab dem 01.12.2023 auch die Maut) auf weniger als 33 Paletten im Vollgut verteilen, nur weil die Industrie nicht liefern kann. Transparente und auftragsbezogene Vorfrachtrechnungen

sind immer noch ein rotes Tuch bei vielen Unternehmen in der Branche. Dies muss sich ändern, um bei sicherlich kommenden Transportkostenerhöhungen marktdäquiert wirtschaften zu können.

Herausforderungen für die Zukunft

Die Getränkelogistik in Deutschland steht vor weiteren Herausforderungen, die teilweise aus den ungelösten Problemen der Vergangenheit erwachsen und in den kommenden Jahren bewältigt werden müssen:

1. Fachkräftemangel und Bürokratie

Der Fachkräftemangel im Transport wird sich voraussichtlich weiter verschärfen, da viele erfahrene Lkw-Fahrer in den Ruhestand gehen und die jüngeren Generationen nicht in ausreichender Anzahl nachkommen. Kobotage-Gesetze und die geringere Arbeitsbereitschaft der Millennials, Gen Z und Alpha werden die Situation wei-

ter erschweren. Die Bürokratie in Deutschland hemmt außerdem die Zulassung von zugewanderten Mitarbeitenden und erschwert die schnelle Aufnahme in den Niedriglohnssektor immens. Als Lösung präsentiert sich der konsequentere, schnellere und mutigerer Ausbau der Digitalisierung und Automatisierung im GFGH und der Industrie: von der Kastensortierung im Leergut über dynamische Preis- und Bestellsysteme, die Vollpaletten- oder Säulenkommissionierung honorieren, bis zu Prognosesystem für Absatz-, Lkw- und Personalplanung, die Ressourcen und Arbeitsstunden einsparen.

2. Mangelnde Investitionen in Automatisierung und Digitalisierung

Der Mittelstand in der Logistikbranche hat in zahlreichen Fällen bisher zu wenig in Automatisierung und Digitalisierung investiert. Dies führt zu ineffizienten Prozessen und höheren Kosten. Solange das Faxgerät noch einen Platz in der Auftragserfassung hat, Rech-

nungen nicht sofort via Bilderken-
nung in ein Dokumentenmanage-
mentsystem eingeleitet werden
und Lieferscheine oder Kommissio-
nierscheine sowie Leergüterfassun-
gen auf Papier mitgeführt werden,
gibt es noch gewaltiges Potenzial.

Unternehmen sind gut beraten,
wenn sie verstärkt in moderne
Technologien investieren und
sich durchaus die Arbeitsprozesse
der „neuen wilden Disruptoren“
in der Branche genau anschauen,
um wettbewerbsfähig zu bleiben.
Neben der Digitalisierung der Logis-
tikprozesse gibt es weitere Ansatz-
punkte im Marketing über Kanäle
wie TikTok, Facebook sowie Insta-
gram oder der Online-Mitarbeiter-
gewinnung.

3. Hohe Anforderungen durch Nachhaltigkeitspolitik

Die strengeren Anforderungen an
Nachhaltigkeit, Mauterhöhungen,
CO₂-Abgaben und die Ausweisungs-
pflicht der Unternehmen werden
die Aufwände und Betriebskosten

weiter erhöhen. Die Einhaltung
dieser Vorschriften erfordert er-
hebliche Anstrengungen und
Investitionen in umweltfreund-
liche Lösungen. Tools und Instru-
mente für die Messung und das
kontinuierliche Reporting müssen
erschaffen und implementiert
werden. Der BV GFGH fungiert dort
als Informationssammler, Über-
setzer, Komplexitätsreduzierer und
Ansprechpartner Nummer eins für
Anforderungen, Gesetzmäßigkeiten
und Umsetzungsunterstützung. Die
kommenden Mehrwegquoten für
den Discount werden zusätzliche
Geschäftsmodelle und Dienstleis-
tungen eröffnen, denn auch Aldi,
Lidl und Co. werden Flaschensor-
tierung und Leergutkompetenz
zukaufen müssen – selbst dann,
wenn sie die Vollgut-Abwicklung
selbst übernehmen.

Fazit

Die Logistik in der Getränkebran-
che in Deutschland hat sich in den
letzten Jahren erheblich verändert,
und die Herausforderungen für die

Zukunft sind beachtlich. Es ist von
entscheidender Bedeutung, dass Un-
ternehmen in saubere Kostenstruk-
turen und ein vorausschauendes
Management investieren, um den
steigenden Anforderungen gerecht
zu werden. Die Digitalisierung wird
eine zentrale Rolle spielen, indem
sie effiziente Systeme im Lager, der
Beschaffung und der Distributions-
logistik schafft. Sie muss Kosten
sparen und Mitarbeitende motivie-
ren und binden. Die Zusammen-
arbeit mit Verbundgruppen und der
Industrie wird immer wichtiger, um
den Auflagen Herr zu werden und
um die Supply-Chains samt aller
Anforderungen zu stärken und
resilienter aufzustellen. ≡



→ MAXIMILIAN HUESCH

Geschäftsführer und Partner bei
Huesch&Partner Logistikberater
Logistik, Data Analytics und Management

Impuls- und Ideengeber

Der Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels ist als Zusammen-
schluss der wichtigsten Getränkefachgroßhändler Deutschlands Ratgeber, Impuls-
und Ideengeber sowie Kommunikationsplattform für wesentliche Branchenthemen. Auch im
Zusammenwirken mit den anderen Branchenverbänden wie z. B. dem Verband des Deutschen
Getränke-Einzelhandels und auf Herstellerseite mit den Verbänden und Interessensvertre-
tungen der Brauereien, Mineralbrunnen, AfG-Herstellern, der Fruchtsaftindustrie sowie der
Spirituosenindustrie und den Weinerzeugern bildet der BV GFGH die wesentliche und mei-
nungsbildende Lobby für politische, gesellschaftliche, wirtschaftliche und soziale Themen,
Herausforderungen und Interessen rund um die Getränkeversorgung in Deutschland. Im
Kontext wachsender gemeinschaftlicher Herausforderungen übernimmt der BV GFGH immer
häufiger die wichtige Funktion der Moderation und des Katalysators von Themen und Lö-
sungen zwischen allen Partnern der gesamten Getränkewirtschaft und darüber hinaus. Eine
Veränderung und Erweiterung der Aufgaben, die zeigt, wie der BV GFGH in den vergange-
nen 125 Jahren Transformation im Hinblick auf den Zeitgeist und Funktion versteht.
Weiter so. Die Zeit bleibt nicht stehen. Alles Gute und weiterhin viel Erfolg!“

Dieter Klenk

Impulsgeber und Veranstalter, Konzept & Service



(Bild: Julia Babilon)