

„Die Grundbedürfnisse des Konsumenten schnell und einfach erfüllen“

Schwerpunktthema Digitalisierung auf den Regionalversammlungen des BV GFGH

Die Regionalversammlungen 2017 der Regionen Mitteldeutschland, Norddeutschland, Baden-Württemberg und Bayern des Bundesverbandes des Deutschen Getränkefachgroßhandels e.V. waren auch in diesem Jahr wieder durchwegs sehr gut besucht. So trafen sich die Mitglieder jeweils in Fulda, Hamburg, Sindelfingen und Erding, um sich vom Geschäftsführenden Vorstand, Günther Guder, und dem neuen Justiziar des Bundesverbands, Dirk Reinsberg, über die aktuellsten Marktentwicklungen und wichtigsten Branchenthemen informieren zu lassen und darüber zu diskutieren. Der Verbandschef hatte dabei wieder ein inhaltsgeladenes und spannendes Tagungsprogramm mit allen für die Branche essenziellen und brisanten Themen zusammengestellt. Ein besonderer Stellenwert kam diesmal dem Thema Digitalisierung zu. (eis)

Zu Beginn der Tagungen zitierte der Verbandschef Schlagzeilen des Sommerlochs aus bekannten deutschen Tageszeitungen wie „Stillstand 4.0 ... oder was sich in Deutschland ändern muss“ und ging damit kurz auf den aktuellen Ausgang der Bundestagswahlen vom 24. September 2017 ein. Anschließend erläuterte Guder anhand ausgewählter Charts die allgemeine Marktentwicklung des ersten Halbjahres 2017.

Der Ifo-Geschäftsklima-Index sei von April bis Juli 2017 von 113,0 auf 116,0 gestiegen, auch das Verbrauchervertrauen sei in diesem Zeitraum von 3 auf 5 Punkte geklettert und die Arbeitslosenquote von 5,8 auf 5,6 Prozent gesunken, schickte er dabei optimistisch voraus.

Gefragt im Bierbereich und beim Wachstum stärker im Umsatz als im Absatz seien vor allem Spezialitäten, Biermix mit Hauptwachstum über Radler und alkoholfreie Biere, während bei Premiumpils das Umsatzminus stärker als das Volumenminus ausfalle. Auch die Preispromotions würden in diesem Bereich unvermindert fortgeführt.



Günther Guder, Geschäftsführender Vorstand des BV GFGH, hier bei der Regiotagung in Fulda, hatte wieder ein inhaltsgeladenes und spannendes Programm zusammengestellt.

Bei einem Blick auf die aktuelle Gebindeentwicklung sei im verglichenen Zeitraum (erstes Halbjahr 2016 zu erstem Halbjahr 2017) im Einwegbereich vor allem für die Halbliterdose ein deutliches Mengenplus in nahezu allen Geschäftstypen zu verzeichnen, aber auch der 20er-Kasten 0,33 Liter im Mehrwegbereich habe zulegen können.

Neue Herausforderungen: verändertes Einkaufsverhalten des Konsumenten und Digitalisierung

Sowohl Handel als auch Industriepartner stünden vor gravierenden Veränderungen im Markt und daraus resultierenden Herausforderungen, denn die Einkaufshäufigkeit in den Outlets nehme weiter ab, schnitt Guder das nächste Thema an. Dies sei unter anderem auf den steigenden Einfluss von E-Commerce, eine sinkende Mengennachfrage aufgrund höherer Anteile an Single- und Zwei-Personen-Haushalten, sinkende Shopping-Trips (Zeitstress, Einkaufsunlust), Bevorratungstrends oder eine Konsumverlagerung in den Außer-Haus-Markt zurückzuführen. Entsprechend müsse der POS immer attraktiver und erlebnisreicher werden, um die Erwartungshaltungen des Verbrauchers noch erfüllen zu können.

Das Einkaufsverhalten der Konsumenten ändere sich zudem dahingehend, dass diese zunehmend situationsbedingt selektiv einkauften. Sowohl die Anzahl der Online-Shopper als auch



Auf den Regionalversammlungen stellte sich auch der neue Justiziar des Bundesverbandes, Dirk Reinsberg, vor. Eines seiner wichtigen Rechtsthemen war die neue Datenschutzgrund-VO, die im nächsten Jahr in Kraft tritt.

der Durchschnittswert der Onlineausgaben nehme immer weiter zu, betonte Guder.

Der heutige Konsument verknüpfe zunehmend verschiedene Kanäle beim Einkauf (Shop, Print, Social Media, E-Mail, Online und Mobile).

„Die Digitalisierung findet in den Unternehmen immer noch zu wenig Beachtung“, betonte Guder und leitete damit konkret zum Schwerpunktthema „Digitalisierung in der Getränkebranche“ über.

Das Beispiel flaschenpost.de zeige anschaulich die Dynamik in diesem Bereich. In nur drei Jahren konnten in Münster (einer 300000 Einwohner zählenden Stadt) 50000 Haushalte als Kunden gewonnen werden. Im Frühjahr 2017 startete das Bestellportal, das eine Anlieferung in maximal 90 Minuten zu normalen Supermarktpreisen verspricht, auch in Köln, Ende Oktober dann zudem in Düsseldorf. Die Auslieferung erfolgt dabei durch Aushilfskräfte mit kleineren Transportern.

Weitere Beispiele seien Amazon Fresh und Amazon Prime, die in den Metropolen Berlin, München und Hamburg mit 85000 Artikeln, darunter auch

Getränke, gestartet sind. Auch Kaufland und REWE böten mittlerweile eigene Zustellservices an. Letzteres Unternehmen liefere bereits in 75 deutschen Städten Lebensmittel und natürlich auch Getränke aus und decke damit ein Drittel der Bevölkerung ab.

Ergebnisse BV-Umfrage Digitalisierung

Der BV GFGH führte zum Thema „Digitalisierung“ eine Umfrage im Mitgliederkreis durch. 109 von 520 Mitgliedsunternehmen (21 Prozent) beteiligten sich daran. Auf die Frage „Sehen Sie das klassische Geschäftsmodell des GFGH durch digitale Plattformen/Lieferdienste bedroht?“, antworteten 42 bzw. 60 Prozent mit ja. Als Gründe wurden an erster Stelle die Preise (58 Prozent) und an zweiter Stelle der Kundenzugang (42 Prozent) genannt. Während lediglich 22 Prozent eine digitale Plattform als Vertriebskanal nutzen, betreiben 70 Prozent einen eigenen Liefer- bzw. Heimdienst. Bei 68 Prozent der Befragten wurde das Thema „Digitalisierung“ bislang zwar noch nicht organisatorisch verankert, aber bei 52 Prozent werden dennoch Initiativen zur Digitalisierung im Bereich IT-Infrastruktur vorangetrieben. Bei 41 Prozent der Betriebe werden Projekte zur digitalen Kundenbindung durchgeführt und bei 25 Prozent an digitalen Services gearbeitet.

Bei den Kooperationen und Verbundgruppen arbeite beispielsweise Team Beverage an einer digitalen Plattform unter anderem mit einem Gastronomie-Service-Tool, die GES setze ein digitales Gastronomie-Order-Modul ein, die GEFAKO sei mit unterschiedlichsten digitalen Dienstleistungen aktiv am Markt und auch die Radeberger Gruppe plane eine neutrale Plattform, die allen Marktteilnehmern offenstehen soll. Weitere Möglichkeiten für den Handel ohne eigene Plattformen böten beispielsweise www.gotoemma.de oder www.durst.shop/haendler.



Christoph Dietz, Huesch & Partner Logistikpartner, informierte in seiner Präsentation über Prozessoptimierungen beim Thema Digitalisierung.

Digitalisierung – große Chancen für den GFGH

Dass sich das Kaufverhalten des Konsumenten künftig massiv ändern werde, hob auch Christoph Dietz, Huesch & Partner Logistikpartner, in seinen Ausführungen hervor. So fänden rund 30 Prozent aller Einkäufe im Jahr 2020 bereits in der digitalen Welt statt. Dass die Produkte von Rossmann auch über Amazon vermarktet würden, sei in erster Linie eine Maßnahme der Drogeriekette, um neue Kunden zu erschließen.

Entscheidend sei es, im eigenen Unternehmen zu hinterfragen, welches Potenzial die Digitalisierung biete, um die eigenen Prozesskosten zu senken. Dabei stünden fünf große Treiber im Fokus: 1. Mobile Data, 2. Cloud Computing, 3. Big Data, 4. Dynamic Pricing und 5. Logistics.

„Die Grundbedürfnisse des Konsumenten werden durch die Digitalisierung sehr einfach und schnell erfüllt, darin liegt eine große Gefahr, die viele Branchen treffen wird“, mahnte Dietz.

Auch gäbe es den Gegensatz zwischen einer einerseits immer älter werdenden Gesellschaft und andererseits immer mehr technikaffinen jungen Konsumenten. Die entscheidende Rolle spielten künftig vor allem valide Kundendaten. Hier stelle Amazon bereits heute neben dem eigenen Onlinegeschäft eine Plattform, mit der der Internetgigant viel Geld verdiene.

Der GFGH müsse es letztlich schaffen, dass der Kunde auch künftig auf dessen Plattform bestelle, er müsse den direkten Kontakt zum Endabnehmer bekommen bzw. erhalten, betonte der Unternehmensberater. Die Prozesskosten seien durch „zu lange Wege“ beim GFGH oftmals zu hoch, Prozesse müssten durchgängig digitalisiert werden und auch der Vertrieb arbeite vielfach nicht effizient genug. Das Ziel müsse letztlich eine Kostenreduzierung um 35 Prozent sein, um sich fit für die



Michael Buschner, Vorstand, und Holger Wermke, beide commsult AG: „Die Rolle des Lkw-Fahrers hat sich grundlegend gewandelt.“



Zukunft zu machen, so Dietz. „Die klassischen Geschäftsmodelle des GFGH sollen bestehen bleiben, aber Sie müssen mit der Zeit gehen und digitale Zugänge zu den Kunden finden“, forderte Dietz die anwesenden Händler auf.

Das digitale Liefergeschäft

„Die Krux mit der letzten Meile – intelligente digitale Prozesse im Liefergeschäft“ lautete der zweite Vortrag von Michael Buschner und Holger Wermke (beide Commsult AG) zum Schwerpunktthema „Digitalisierung“ auf der Regionalversammlung in Erding.

„Es gibt einen Wandel, auf den man reagieren muss“, bewerteten sie die Brisanz des Themas Digitalisierung im Liefergeschäft. Der Endkunde bestimme auch die Logistik, so die Referenten. Einen Vorsprung könne man nur durch effiziente Technik erzielen. Die Rolle des Lkw-Fahrers habe sich mittlerweile grundlegend gewandelt. Heute käme es mehr denn je auf jeden Kilometer und eine permanente Verringerung der Standzeiten an. Oft werde auch der gesellschaftliche Wandel von der Leitungsebene noch unterschätzt. Denn nahezu jeder Fahrer verfüge mittlerweile über ein Smartphone und die nötigen Kenntnisse im Umgang damit. Er könne daher ein wichtiger Baustein einer digitalen Lieferstrategie werden – allerdings auf Basis eines vom Unternehmen gestellten Geräts.

Buschner bzw. Wermke nannten sieben Faktoren für eine erfolgreiche Digitalisierung im Liefergeschäft:

1. Für Datendurchgängigkeit sorgen
2. Manuelle Rückerfassung endgültig abschaffen
3. Die eigenen Prozessdetails entscheiden
4. Die Absicherung sofort bedenken (Mobile Device Management zur Sperrung, Verschlüsselung der Daten etc.)



Wolfram Scholz, Geschäftsführer GEDAT Getränkedaten, gab einen Überblick zu datenschutzrechtlichen Anforderungen an das Meldeverfahren unter Einbindung der DSGVO.

5. Standzeiten mit Ortung in den Griff bekommen (Standzeiten, Abladezeiten, Störzeiten)
6. Transparenz in der „Überwachung“ herstellen (gemeinsame Auswertung von Fahrten, Ängste der Fahrer durch gesammelte Daten ins Gegenteil umkehren)
7. Den Fahrer mit einbeziehen (Auswahl passender Endgeräte mit geeigneter Benutzeroberfläche anbieten, Begehrlichkeiten für bestes Werkzeug wecken).

EU-Datenschutzgrundverordnung

Der neue Justiziar des BV GFGH, Dirk Reinsberg, widmete sich im Anschluss der neuen EU-Datenschutzgrund-VO (ab Mai 2018) und den Auswirkungen auf das Tagesgeschäft des GFGH. Ziele der neuen Gesetzgebung seien mehr Rechte/Kontrolle der Betroffenen über ihre Daten (wirksamer Schutz), die Anpassung an die digitale Welt (RiLi von 1995), die Schaffung europaweit einheitlicher Standards (Harmonisierung des Binnenmarktes, gleiche Überwachung und Sanktionen in allen Staaten), die Bündelung der Verwaltung in „einer“ zuständigen Aufsichtsbehörde sowie die Kooperation der Aufsichtsbehörden und Konsistenz in der Auslegung der Normen.

Die EU-DSGVO, zu deren Kerngeschäft in erheblichem Umfang der Umgang mit sensiblen Daten gehört, mache dabei einen Datenschutzbeauftragten EU-weit in Unternehmen verpflichtend! Es gelte keine Mindestzahl von Beschäftigten oder betroffenen Personen – die Verordnung gelte für den „Verantwortlichen“ sowie für den „Auftragsverarbeiter“. Aber der deutsche Gesetzgeber habe die gesetzliche Öffnungsklausel genutzt und in §38 BDSG (neu) geregelt: Bestellpflicht besteht ab einer Mindestanzahl von zehn Beschäftigten, es sei denn, die Kerntätigkeit des Unternehmens liegt in umfangreicher und systematischer Datenverarbeitung oder in der Verarbeitung von Daten besonderer Kategorien gemäß Art. 9 und 10 DSGVO. Gleichwohl müssen auch diese Unternehmen die Regelungen der DSGVO zum Datenschutz beachten und anwenden. Weiter nannte Reinsberg folgende Kernpunkte:

- Stichtag ist der 25. Mai 2018 für die Umsetzung der Anforderungen;
- bestehende gesetzliche Anforderungen in der digitalen Kommunikation haben weiterhin Bestand und sind zu berücksichtigen;
- Einführung von Dokumentations- und Nachweispflichten: Verpflichtung für den Nachweis für gesetzeskonformes Handeln;
- auch Kleinstunternehmer unterliegen den Anforderungen der DSGVO;
- Datenverarbeitung ist rechtmäßig, wenn Einwilligung vorliegt oder ein gesetzlicher Erlaubnistatbestand erfüllt ist;
- Empfehlung: kein Unterschied zwischen natürlichen und juristischen Personen in der Datenhandhabung;
- „Datenschutzbeauftragten“ ernennen.

Weiterhin gab der Justiziar folgende Empfehlungen: Anpassung der Datenschutzerklärung des eigenen Unternehmens (unter anderem Erweiterung der Informationspflicht), Dokumentation



Besonders gastfreundlich zeigte sich die Privatbrauerei Erdinger Weißbräu. Geschäftsführer Josef Westermeier (li.), hier mit Günther Guder, ...



... begrüßte die Teilnehmer der Region Bayern herzlich in Erding im Hotel Henry, wo diese auch zum Mittagessen eingeladen waren.

der Datenverarbeitungsprozesse erstellen bzw. überarbeiten, eine Überprüfung bei Datenverarbeitung durch Dritte (sogenannte Auftragsverarbeitung), gegebenenfalls die Einholung von Einwilligungen zur Datenerhebung und Verarbeitung, die Prozessdefinition für den Widerruf der Einwilligung (Dokumentation!), Prozesse zur Umsetzung von Widersprüchen etablieren und dokumentieren, die Überprüfung und Anpassung von Betriebsvereinbarungen an DSGVO – soweit vorhanden, den Prozess zum Datenpannen-Management erarbeiten, festlegen und dokumentieren, die Sensibilisierung der Mitarbeiter und Verpflichtung der Mitarbeiter zum gesetzeskonformen Umgang mit Daten sowie einen Datenschutzbeauftragten benennen.

In weiteren Rechtsthemen ging Dirk Reinsberg auf die Änderungen der Anfechtungsregelungen in der InsO und Auswirkungen auf das Tagesgeschäft und das Thema „Verkauf unter Einstandspreis“ ein. Beide gesetzlichen Regelungen wurden nicht zuletzt vor dem Hintergrund langjähriger, hartnäckiger und schließlich erfolgreicher politischer Arbeit des Bundesverbands verabschiedet.

GEDAT-Soll-Prozess

Über die datenschutzrechtlichen Anforderungen an das GEDAT-Meldeverfahren unter Einbindung der neuen DSGVO informierte Wolfram Scholz, Geschäftsführer GEDAT Getränkedaten. Der gesetzeskonforme Austausch von Absatzdaten zwischen dem GFGH und der Industrie bedarf einer vertraglichen Grundlage. Diese wird derzeit mit dem Bundesverband abgestimmt, sodass der GFGH ein geprüftes Vertrags- und Informationspaket erhalten wird.

Ergebnisse intensiver Lobbyarbeit

Anschließend informierte Guder über wichtige Erfolge der Lobbyarbeit in

Deutschland und auf europäischer Ebene. Das neue Verpackungsgesetz tritt am 1. Januar 2019 in Kraft. Guder bedankte sich bei den 70 Mitgliedsbetrieben, die sich bei ihren regionalen Bundestagsabgeordneten dafür eingesetzt hatten, dass die zunächst nicht mehr vorgesehene Mehrwegquote auch im neuen Gesetz wieder verankert wird. Drei Jahre nach Inkrafttreten soll eine Überprüfung (keine automatische Sanktion bei Unterschreitung der Quote) stattfinden laut einer zusätzlich verabschiedeten Beschlussempfehlung des Bundestags.

Ein weiteres für die Getränkefachmärkte brennendes Thema ist die künftige Auszeichnungspflicht von Einweg- und Mehrwegprodukten im Markt und im Onlinehandel. So müsse diese ab 1. Januar 2019 in Versalien und mindestens in der Größe der Preisauszeichnung in unmittelbarer Nähe des Produkts erfolgen. Das dürfte zum Teil mit erheblichen Kosten für die Getränkefachmarktbetreiber verbunden sein, so Guder und stützte sich dabei auf bereits erfolgte Berechnungen seiner Mitglieder. Vor diesem Hintergrund fand auch nochmals ein Gespräch gemeinsam mit dem Verband des Deutschen Getränke-Einzelhandels im Bundesumweltministerium statt, um die Möglichkeiten der Kennzeichnung ganzer Ladenbereiche zu diskutieren. Hierzu werden die Verbände eine gemeinsame Verlautbarung abgeben. Zumindest sollte das Gesetz als Aufforderung gesehen werden, für das Mehrwegsystem – neben der seit Jahren durchgeführten Kampagne „Mehrweg ist Klimaschutz“ – im Markt auch mit dem Mehrwegzeichen zu werben, hob Guder die positiven Aspekte hervor. Ohnehin sei jeder zweite Konsument einer Umfrage des Arbeitskreises Mehrweg zufolge nicht in der Lage, Einweg- von Mehrwegflaschen zu unterscheiden. In diesem Zusammenhang forderte Guder auch die herstellende Industrie dazu auf, die auf den Flaschen befindlichen Mehrwegdeklarationen mit dem Mehrwegzeichen zu ergänzen und damit stärker sichtbar herauszustellen. So könne die freiwillige

Kennzeichnung am Produkt die vorgeschriebenen Hinweispflichten im Geschäft ergänzen.

Guder ging darüber hinaus auf die Ergebnisse der vergangenen ReUse Conference in Brüssel ein. So habe unter anderem aufgrund intensiver Bemühungen des europäischen GFGH-Verbandes CEGROBB verhindert werden können, dass künftig Mehrweg- und Recyclingquoten einzelner Staaten zusammengerechnet werden.

Beim Berufskraftfahrer-Qualifikationsgesetz sei man dem Ziel, eine Ausnahmeregelung bis 100 km zu erwirken, wenn Fahren nicht die Haupttätigkeit ist, mit Aktivitäten im Europäischen Parlament nähergekommen.

Schließlich wies Guder noch auf die kommende Delegiertenversammlung am 22. und 23. Februar 2018 in Berlin hin. Die Veranstaltung ist mit über 500 erwarteten hochkarätigen Teilnehmern, 32 Präsentationsständen und einem spannenden Vortragsprogramm wieder ein absolutes Highlight.

Fazit

Die Regionalversammlungen des BV GFGH überzeugten erneut mit einem tollen, perfekt professionell zusammengestellten Programm mit hohem Informationsgehalt, in dem alle für die GFGH-Branche derzeit wichtigen und essenziellen Themen behandelt und besprochen wurden. Wer dabei war, ist wieder auf dem aktuellen Stand.

Besonders das mit enormer Dynamik behaftete Schwerpunktthema Digitalisierung fand großen Anklang, sorgte aber auch für Diskussionsbedarf und verständlicherweise für Verunsicherung, was den künftigen Umgang damit anbelangt. Eines wurde aber klar: Auch, wenn jedes Unternehmen eine individuelle Bewertung diesbezüglich für sich selbst vornehmen muss, so ist die aktive Auseinandersetzung mit Digitalisierungskonzepten und digitalen Prozessoptimierungen im eigenen Betrieb unumgänglich geworden und sollte eher früher als zu spät erfolgen. □



Dirk Reinsberg (li.), die Regionalsprecher der Region Bayern, Jürgen Orth (2.v.l.) und Peter Sagasser (re.), sowie Günther Guder



Gut besuchte Tagung der Region Norddeutschland mit Diskussionsbedarf in Hamburg