

Quantitative Analyse

der deutschen Getränkelogistik

Bachelor-Arbeit von Clara Hauser
SS 2013



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DARMSTADT

Kurzfassung

Die Getränkeindustrie wird zunehmend von umsatzstarken, internationalen Unternehmensgruppen in die Hand genommen, deren deutsche Tochterunternehmen oder Konzessionäre, wie z.B. die CCE-AG, sich große Marktanteile erobern. Zudem ist der Preisdruck durch Discounter, v. a. im Bereich alkoholfreier Getränke enorm. Die Billiganbieter stellen einen immer größer werdenden Absatzmarkt dar, und damit eine Gefahr für die Unternehmen der klein- und mittelständisch geprägten Strukturen der Getränkeindustrie und des GFGHs. Dennoch wird die Wertschätzung von Regionalprodukten, mit denen aktuell viel geworben wird, vermutlich nie verloren gehen. Es lässt sich hoffen, dass ökologische Aspekte und eine gewisse regionale Verbundenheit, Verbraucher auch weiterhin zu Getränken aus der Region greifen lässt. Dadurch könnte die große Vielfalt an Getränkeprodukten und Herstellerbetrieben weitestgehend erhalten bleiben.

Aufgrund des scharfen Wettbewerbs und steigender Rohstoff- und Energiekosten, wird der bestehende Konsolidierungsprozess, der bei den Getränkeherstellern zu beobachten ist, auch beim GFGH weiter zunehmen. Rückläufige Märkte, wie z.B. in der Bierherstellung und der anhaltende Kostendruck fordern größere Unternehmensstrukturen, um zu überleben. Für kleinere, wirtschaftlich schwächere Getränkefachgroßhändler ist der Verkauf an ein stärkeres Unternehmen, wie z.B. das expandierende Großunternehmen „Trinks“, oder der Anschluss an eine Verbundgruppe, wie die „NGV“, eine Chance im Verdrängungswettbewerb zu bestehen. Durch zentral geregelte Standortnetzwerke, mit ausführlich betriebener Marktforschung, modernen IT-Systemen und Zentraleinkäufen werden enorme wirtschaftliche Vorteile geschaffen, weshalb sich diese großflächig vernetzten Unternehmen in Zukunft weiter vergrößern werden. Aber auch die wirtschaftliche Zusammenarbeit zwischen regionalen Herstellern und Getränkefachgroßhändlern wird künftig an Bedeutung gewinnen. Durch Kooperationen können kleinere, regional ausliefernde Unternehmen überlebensfähig gemacht werden und die vielfältige und überwiegend mittelständisch geprägte Größenstruktur im GFGH aufrechterhalten werden. Letztendlich liegt es in der Strategie von jedem einzelnen Unternehmen, die Transport- und Lagerlogistik möglichst effizient zu gestalten, indem die betriebenen Arbeitsfelder kalkuliert und optimiert werden.

Der aktuelle Trend zu Individualflaschen und –kästen wird sich vermutlich fortsetzen, wodurch der Sortieraufwand und die Transportwege steigen werden, da das Gebinde genau zu seinem Ursprungsort zurück muss. Diese Entwicklung verschlechtert die Effektivität und die Ökobilanz der Mehrwegflasche gefährdet die Existenz kleiner Hersteller und Händler. Sie wird sich aber vermutlich nicht aufhalten lassen. Dagegen liegt die Zukunft in automatischen Sortieranlagen, die über Barcode-Erfassungssysteme funktionieren.

Bei den GFM ist zu beobachten, dass meist die filialisierten oder kooperierenden Märkte, die Marketing, Beschaffung und Logistik unter einem Dach koordiniert haben die erfolgreicher sind. Allgemein liegt die Strategie aller GFM darin, sich durch fachkundiges Personal, eine große Sortimentsvielfalt und regionale Spezialitäten gegenüber dem LEH und den Discountern zu behaupten.

Da es sich bei Getränken um ein lebenswichtiges Gebrauchsgut und ein gefragtes Genussmittel handelt, wird der Getränkekonsum, abgesehen von internen Schwankungen und Tendenzen, auch zukünftig immer bestehen bleiben.

Sollte es einmal zu einer Notlage kommen, bei der die Getränke Logistik nicht mehr funktioniert, kann auf Leitungswasser zur Flüssigkeitsaufnahme zurückgegriffen werden. Dieses ist ohnehin preisgünstiger und bequemer zu handhaben, als abgefülltes Mineralwasser. Die Getränkeversorgung in Form von Wasser kann also unabhängig von jeglicher Verkehrsinfrastruktur gewährleistet werden.

Im Falle, dass das Leitungswasser ausfällt oder keine ausreichende Wassergüte mehr aufweist, müssen mehr Getränke verpackt und transportiert werden, was in manchen anderen Ländern den Normalfall darstellt. Die drei Liter Leitungswasser, die pro Einwohner täglich zum Essen und Trinken genutzt werden (DBB, 2012), müssten dann zusätzlich beschaffen werden. Jährlich gesehen würde diese Menge 1.095 l pro Einwohner und 876.000 hl für Deutschland insgesamt entsprechen.

Abschließend lässt sich sagen, dass die Leitungswasserversorgung mit Trinkwasserqualität eine große Ergänzung und Absicherung für die Versorgung der Bevölkerung mit Getränken darstellt. Die im Land große bestehende Zahl an Produktionsstätten und Logistikunternehmen stellt dazu ein dichtes und funktionierendes Versorgungsnetz dar, wodurch die Bevölkerung nicht so schnell „auf dem Trockenen sitzen“ wird.