

DREI FRAGEN

„POLITIK ZWEIFELT AN EIGENER VERORDNUNG“

Die Mehrwegquote sinkt kontinuierlich. Wird es in wenigen Jahren noch ein Mehrwegsystem in der jetzigen Form geben? Drei Fragen an Robert Sauer, Unternehmensberater und Autor

GZ – Das Mehrwegsystem bröckelt im gesamten Getränkektor. Wird es nach Ihren Erkenntnissen in fünf Jahren überhaupt noch dieses System in seiner jetzigen Form geben?



Robert Sauer ist geschäftsführender Unternehmensberater der CIS OHG und Mit-Autor der Studie „Zukunft Mehrweg“

Nein, gewiss nicht. Alle Vertriebsketten im Getränkektor sprechen klar eine Einweg-zukunft aus. Selbst GFGH und GAM sehen einen beherrschenden Markt durch die Einwegmächte, dies ergab sich aus einer durchgeführten Befragung. Auch die Politik zweifelt an ihrer selbst erstellten Verpackungsverordnung und spricht von einer grundsätzlichen Änderung des Systems, denn eine weitere Stützung des Mehrwegsystems wäre mit dem europäischen Recht nicht zu vereinbaren. Diese Erkenntnis ergab sich aus einem Besuch meiner Firma im Bundestag.

Der Trend wird außerdem durch viele Marken beschleunigt, da selbst große Brauereien, als einstige Mehrwegliebhaber, mit ihrer Gebindepolitik durch Präge- und Leichtglasflaschen, die Umlaufquote senken, den Fremdfliessenverkehr drastisch erhöhen und so einen Frontalangriff auf das Mehrwegsystem fahren. Das System wird so ökonomisch und ökologisch unbrauchbar.

GZ – Der LEH favorisiert klar Einweg. Wie stark schätzen Sie den Einfluss dieser Vertriebsketten auf die Industrie ein?

Gerade für Abfüller mit nationalem Anspruch, die teilweise bis zu 70 % des Umsatzes im LEH tätigen, ist der LEH der entscheidende Treiber für die Wahl der Gebinde. Setzen sich Einweggebilde im Markt vollständig durch, so werden sich der LEH und auch die Abfüller aus

logistischer Sicht durch die Belieferung über Zentrallager und den Wegfall des Leergutrücktransportes wesentliche Kosten sparen. Der Handel hätte ebenfalls geringere Unkosten im Leerguthandling und könnte das Getränkesortiment in den bestehenden Gesamtentwicklungsprozess der anderen Artikel integrieren und eine einheitliche kostenfreundliche Strategie fahren. Durch die erheblichen Kosteneinsparungen im Leerguthandling am Beispiel der 0,5-Litergebilde, bei Einweg-PEI bis zu 21,2 % und bei der Dose bis zu 25,3 %, wird der LEH seine Macht benutzen, um die verfolgte Einwegstrategie gegenüber der Industrie durchzusetzen.

GZ – Wie lauten aufgrund der Erkenntnisse aus Ihrer Studie Ihre konkreten Empfehlungen an Handel und Industrie?

Aus Sicht der Vertriebsketten, auch aus Sicht des GFGH, wird es einen zweigeteilten Markt geben, dem sich die Abfüller anpassen müssen. Entweder man besitzt Einwegkompetenz und hat den Discount und den LEH als Ziel, oder man bleibt regional und nutzt die Vorteile des Mehrwegsystems und erschließt die Regionen über den GFGH. Der Handel wird über kurz oder lang sein Sortiment im Getränkebereich immer mehr ausdünnen und auf wenige nationale Marken setzen. Er wird sich gezielt potenzielle Lieferanten aufbauen, die Kompetenz in Sachen Gebinde-, Preispolitik und Logistik aufweisen können. Mehr Absatzvolumen und mehr Ertrag wären für beide Parteien das Ergebnis. les

Infos zur Studie gibt es bei der CIS OHG, Burgau sowie im Internet unter www.cis-beratung.de.

Rémy kooperiert mit Underberg

UNDERBERG/REMY COINTREAU. Die beiden Unternehmen werden ab April 2009 ihre Marken in einem Joint-Venture gemeinsam vertreiben. Die Franzosen hatten bereits im letzten Jahr ihr Ausscheiden aus dem Maxxium-Verbund bekannt gegeben.

Rémy Cointreau wird dazu einen Anteil von 50 Prozent an Diversa und TeamSpirit erwerben, die zurzeit noch hundertprozentige Töchter der Semper idem Underberg AG sind und hierzulande die Distribution der Underberg-Marken in Handel und Gastronomie abwickeln. Der Abschluss steht allerdings noch unter dem Vorbehalt der Zustimmung des Bundeskartellamts.

Diese vorausgesetzt, werden die Rheinberger zum 1. April 2009 zusätzlich für die Vermarktung des Rémy Cointreau-Portfolios in Deutschland zuständig sein, das unter anderem das Rémy Martin-Cognac-Sortiment, Cointreau, Piper Heidsieck Champagner und den griechischen Weinbrand Meta-

xa umfasst. Nach Angaben der beiden Unternehmen wird das neue Joint Venture der drittgrößte Distributor für Weine und Spirituosen in Deutschland sein.

»WIR SIND ÜBERZEUGT, DASS UNSERE MARKEN AUF DEM MARKT DEUTLICH GESTÄRKT WERDEN«

EMIL UNDERBERG, SEMPER IDEM UNDERBERG

Mit dem Geschäftsabschluss zwischen der Underberg- und der Rémy Cointreau-Gruppe wird deren bereits bestehende Partnerschaft in Österreich und der Schweiz weiter ausgebaut: In Österreich vertreibt das von Underberg beherrschte Unternehmen

Slumberger bereits Rémy-Produkte, und in der Schweiz besteht durch Dettling & Marmot ein langjähriges Joint Venture zwischen beiden Häusern.

„Wir sind überzeugt, dass dadurch unsere Marken und ihre Präsenz auf dem Markt deutlich gestärkt werden“, kommentiert Emil Underberg die Partnerschaft. Von einem „großen Fortschritt in der Entwicklung unserer Marken“ spricht derweil Jean-Marie Laborde, CEO von Rémy Cointreau.

Wie mehrfach berichtet (siehe zuletzt **GZ** 20/08), wird derweil Maxxium ab April 2009 nur noch

aus zwei Partnern – Beam Global und der Edrington Group – bestehen, nachdem bereits zum 1. Oktober dieses Jahres V & S mit der Hauptmarke Absolut Vodka aus dem Verbund austrat, um mit Pernod Ricard zusammenzuarbeiten. ■ rad

IN EIGENER SACHE

Unter der Überschrift „Verdünnt und gepantscht“ hatte die **GZ** in der Ausgabe vom 2. Oktober über Fälle von Markenbetrug in der Gastronomie berichtet. Klarer Tenor, auch belegt durch die statistischen Angaben: Es gibt sie, diese Fälle von gepantschten oder gestreckten Markenspiritosen in der Gastronomie, aber es handelt sich um Einzelfälle, das Gros der Gastronomie arbeitet absolut sauber.

In einem Bericht von der „Welt“ am 14. Oktober, in dem sich auf den Bericht der **GETRÄNKE ZEITUNG** berufen wird, sah dies ganz anders aus. „In jeder dritten Gaststätte schummeln Wirte beim Ausschank von Markenspiritosen“, war dort zu lesen.

Die **GZ** hat gegen diese Berichterstattung rechtliche Schritte eingeleitet, die „Welt“ hat sich bereits zu einer entsprechenden Richtigstellung verpflichtet. les

Top-Treff der Gastroszene

FIZZ AWARDS. Zum elften Mal wurden im Rahmen des Fizz Awards erfolgreiche Gastro-Konzepte prämiert. Über 700 Gäste fanden sich zum großen Showabend in Stuttgart ein.

Das Who's who der deutschen Trend- und Szenen-Gastronomie traf sich Anfang letzter Woche in der Stuttgarter „Buddha Lounge Red Mandarin“, um die Verleihung des Fizz Awards 2008 zu feiern. Vor rund 700 Top-Gastronomen aus ganz Deutschland wurden zum elften Mal herausragende Konzepte mit dem renommierten Preis der Fachzeitschrift Fizz prämiert.

Als optisches Highlight des Jahres zeichnete die Jury aus namhaften Gastro-Experten und Fachjournalisten „nat. Fine Bio Food“ aus Hamburg mit dem Preis für das beste Corporate Design aus.

Das Bayreuther Gastronomen-Trio Thomas Wenk, Ute Wenk und Andrea Bauernfeind stellen das fitteste Service-Team auf die Beine. Für die Entwicklung vom

Gastronomiekonzept zur Lifestyle-Marke erhält die „Sausalitos Holding“ aus München den Fizz Award für die innovativste Business-Idee, die fast 40-jährige Erfolgsgeschichte des Kult-Clubs „Tiffany“ aus Mannheim ehrte die Jury als erfolgreichsten Longseller. Der asiatische Wohlfühltempel „Buddha Lounge Red Mandarin“, der beispielhaft für die aufstrebende Gastro-Szene Stuttgarts steht, bot die perfekte Kulisse für den großen Branchentreff.

Bis in die frühen Morgenstunden feierten die Gäste bei innovativen Drinks und Snacks die Nacht der Szenen-Gastronomie und nutzten die Gelegenheit, wertvolle Kontakte zu knüpfen. ■ gz

Ausführlicher Bericht und Fotosseiten zum Fizz Award in der nächsten **GZ**.



Rund 700 Gäste feierten bis in die frühen Morgenstunden mit beim Fizz Award 2008 in Stuttgart.



Trendlokale aus der ganzen Republik wurden beim Fizz Award unter viel Applaus der fachkundigen Gäste prämiert.

UMSATZ ON TOP

RASTAL-Onpacks – bringen Bewegung in Absatz, Umsatz und Kundenbindung. Vollständige logistische Abwicklung auf Wunsch inklusive. Mehr dazu unter:

onpack@rastal.com

BRAU Bevale 2008
Halle 1 · Stand 204



DAS GLAS. Und mehr.

