

## GES: Getränke schneller bestellen mit „Octopus“

Gute Laune macht Durst: Vor allem an lauen Sommerabenden ordern die Gäste in Bars und Restaurants gerne trendige Mixgetränke wie „Aperol Spritz“ oder „Hugo“. Wenn die Gastronomen dann Aperol, Prosecco, Weißwein, Holunderblütensirup und Mineralwasser nachbestellen, kann es schon mal vorkommen, dass sie ihren Getränkegroßhändler damit zur Verzweiflung treiben. „Wir haben schon Bestellungen gesehen, die auf Servietten gekritzelt waren“, erzählt Holger von Dorn, Vorstand der Großeinkaufsring des Süßwaren- und Getränkehandels eG (GES) mit Sitz in Nürnberg. Andere Wirte bestellen per E-Mail oder Fax – oder sie ordern auf dem Anrufbeantworter „das Übliche“.

Es geht auch anders: Mit der App „Octopus“ bietet die GES ihren Mitgliedern seit 2017 einen digitalen Bestelldienst an, den die Fachgroßhändler ihren Kunden aus der Gastronomie zur Verfügung stellen können. Die Plattform ermöglicht die vollautomatisierte Verarbeitung der Bestellungen, was sowohl dem Händler als auch dem Gastronomen Zeit und Geld spart. „Der Gastronom muss in der App nur noch seine Kundennummer eingeben und seinen Lieferanten auswählen. Dann hat er sofort Zugriff auf dessen gesamtes Sortiment und kann direkt über die App ordern oder seine Bestellhistorie einsehen“, erklärt von Dorn.

Beim Lieferanten werden die Bestellungen aus Octopus direkt in das Warenwirtschaftssystem eingespeist. So kann dieser seine Lieferungen sofort für den Versand vorbereiten – ohne zuvor jeden Einzelposten nochmals mühsam erfassen zu müssen. Der Aufwand für die Abwicklung der Bestellung reduziert sich durch Octopus für Händler und Gastronomen um bis zu 80 Prozent, wie die GES zusammen mit einigen Mitgliedern im Praxisversuch errechnet hat.

Die GES macht es seit über 15 Jahren vor, wie das Bestell- und Rechnungswesen durch digitale Prozesse auf Effizienz getrimmt werden kann. Seit 2003 wird ein Großteil der Rechnungen elektronisch erfasst. Die Genossenschaft verfügt über ein eigenes Warenwirtschaftssystem mit durchgängigen digitalen Prozessen von der Bestellung bis zur Buchung und der revisions-sicheren Archivierung der Belege. Davon profitieren auch die Mitglieder. Mit allen großen Lieferanten rechnet die GES inzwischen vollelektronisch ab, sagt von Dorn. „Wir verschicken kaum noch Papier, sondern tauschen Datensätze aus. Im erweiterten Sinn sind wir also auch ein IT-Unternehmen“, so der Vorstand.

### Die GES im Kurzporträt

Die **GES Großeinkaufsring des Süßwaren- und Getränkehandels eG** ist ein Verbund von derzeit 851 mittelständischen Getränkefachgroßhändlern und filialisierten Getränkemarktbetreibern, Conveniencefachhändlern und Automatenbetreibern aus dem gesamten Bundesgebiet. Die Genossenschaft fördert seit 1950 die wirtschaftliche Entwicklung des Getränke- und Süßwarenfachhandels. Für die Direktbezüge der angeschlossenen Fachhändler übernimmt die GES eG die Zahlungsgarantie und die Zentralregulierung. Darüber erbringt die Genossenschaft unterstützende Vermarktungs- und Dienstleistungen, die den Fachgroßhandel stärken. Der Umsatz betrug 2018 knapp eine Milliarde Euro.

Weil digitale Prozesse die Effizienz der Genossenschaft steigern, kann sie mehr Kräfte für die Betreuung ihrer Mitglieder freisetzen. „Außerdem ist die GES Treuhänder des Vermögens ihrer Mitglieder und schon deshalb dazu verpflichtet, sich möglichst schlank aufzustellen“, sagt von Dorn. Die Erfahrung mit digitalen Bestellsystemen brachte die Genossenschaft auch in die Entwicklung der App Octopus ein. Die Idee stammt von dem IT-Spezialisten Ernst Jeske und dem Gastronomen Oliver Panke. Gemeinsam mit der GES entwickelten sie die Anwendung bis zur Marktreife. Dafür beteiligte sich die GES an der Order Systems GmbH von Jeske und Panke. Seit Anfang 2019 ist das Unternehmen komplett in die GES integriert. GES-Aufsichtsrat Ralf Krämer, Inhaber eines Getränkefachgroßhandels, wurde eng in die Entwicklung eingebunden.

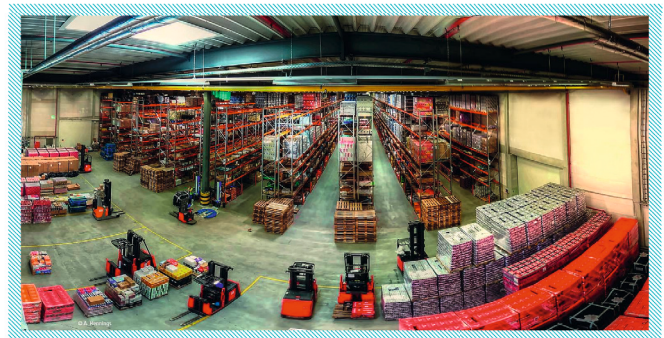


GES-Vorstandsmitglied Holger von Dorn.

Mittlerweile bieten rund 90 Fachhändler die App ihren Kunden an. „Octopus ist bei digitalen Bestell-Anwendungen der Marktführer in der Gastronomie. Bereits über 50 Millionen Euro Umsatz wurden darüber abgewickelt“, sagt GES-Vorstand von Dorn. Aber es sei auch Aufgabe der Genossenschaft, ihre Mitglieder bei der Einführung von Innovationen zu unterstützen. Dafür entwickelt die GES Werbekampagnen und liefert zum Beispiel Vorlagen für Rechnungsbeileger. „Unser Ziel ist klar: Jeder Gastronom muss Octopus kennen. Die Verbreitung in der Gastronomie muss noch schneller

vonstatten gehen“, sagt von Dorn. Händler, die intensiv für die App werben, wickeln darüber inzwischen 40 bis 50 Prozent ihrer Umsätze ab.

Die Genossenschaft steht dabei in ständigem Austausch mit ihren Mitgliedern, um ihre Dienstleistungen an deren Bedürfnissen auszurichten. Im Falle der App Octopus äußerten die Fachhändler zum Beispiel bei einem Workshop den Wunsch, die Bestellprozesse mit der Gastronomie effizienter zu gestalten. Als sich die Zusammenarbeit mit der Order Systems GmbH anbot, stand die GES bereit. „Jedes Unternehmen sollte wissen, was es selbst leisten kann und wo es Unterstützung braucht. Die GES zum Beispiel verfügt über eine große IT-Abteilung, aber wir sind keine App-Entwickler. Deshalb haben wir uns mit der Order Systems GmbH einen Partner geholt“, sagt von Dorn.



Lager der GES: Die Genossenschaft wickelt einen Großteil der Warenwirtschaft von der Bestellung bis zur Buchung komplett digital ab.

Grundsätzlich sei es wichtig, neue Dienstleistungen immer aus Kundensicht zu entwickeln, so von Dorn. „Die erste Frage muss sein: Was ist der Kundennutzen? Unser Ziel war es zum Beispiel nicht, eine App zu programmieren, sondern den Bestellvorgang für Gastronomen und Händler so einfach wie möglich zu gestalten. Dass eine App dafür die beste Lösung ist, war Teil des Entwicklungsprozesses“, sagt der GES-Vorstand, der noch einen weiteren Tipp hat, um Innovationen zum Erfolg zu führen: „Keep it simple. Das Angebot sollte so einfach wie möglich gestaltet werden, um die Einstiegshürden niedrig zu halten.“ Die App könne grundsätzlich branchenübergreifend überall da eingesetzt werden, wo Bestellungen nicht elektronisch erfolgen, so von Dorn. „Wir konzentrieren uns natürlich auf unser Kerngeschäft. Es gibt aber bereits einen Partner, der darüber Ersatzteile für seine Lebensmittel- und Getränkeautomaten bestellen lässt.“

Am erfolgreichsten seien Innovationen, wenn Genossenschaften diese im Zusammenspiel mit ihren Mitgliedern entwickeln. „Der klassische mittelständische Getränkehändler macht vom Vertrieb über die Lagerverwaltung bis zur Auslieferung mit dem Lkw alles. Er erwartet von seiner Genossenschaft zu Recht, dass sie neue Entwicklungen vorantreibt“, sagt der Vorstand. Andererseits sei die Genossenschaft als Innovationstreiber auf die Unterstützung ihrer Mitglieder angewiesen, um nicht an deren Bedürfnissen vorbei zu entwickeln. „Das ist ein Geben und Nehmen. Neues entsteht auch aus Erfahrung heraus. Deshalb ist es für alle nur von Vorteil, wenn Genossenschaften ihre Mitglieder so eng wie möglich begleiten und den direkten Kontakt suchen“, sagt von Dorn.