
Erfahrungen und Erwartungen: Große BEES-Premiere in Löbau

Im Gespräch: Jannik Weitzl, Sales Director On-Trade Germany von Anheuser-Busch InBev, und Kristin Mayer, Prokuristin bei Getränke Mayer

[Bremen, 24.04.2023] Messe- und Veranstaltungspark Löbau. Am vielfrequentierten Standort, rund 75 Kilometer östlich von Dresden gelegen, feierte Getränke Mayer vor wenigen Tagen ein rundes Jubiläum. Zum 30. Mal richtete das renommierte Unternehmen aus Preuschwitz seine Fachmesse für Gastronomie und Handel aus. Ein Jubiläum, bei dem eine Premiere gefeiert wurde: BEES, die erste eigene digitale B2B-Plattform von Anheuser-Busch InBev, wurde erstmals dem Fachpublikum vorgestellt. Ein Gespräch über erste Erfahrungen, Perspektiven und Erwartungen.

Frau Mayer, ihr Unternehmen ist der erste Getränke-Fachgroßhändler in Deutschland, der mit BEES den nächsten Schritt der digitalen Transformation geht – wie war die Resonanz der Fachbesucher?

Mayer: Die beiden Messetage in Löbau haben sämtliche Erwartungen übertroffen. Es war zu spüren, dass nach den pandemiebedingten Einschränkungen der Wissens- und Informationsdurst groß war. Es freut und ehrt uns natürlich zugleich, dass wir als Umsetzungspartner bei BEES den Auftakt gemacht haben. Und ich kann sagen: Das Interesse seitens der Fachbesucher war groß.

Jannik Weitzl, wie haben Sie die Premiere von BEES wahrgenommen?

Weitzl: Zunächst einmal ein Kompliment an Getränke Mayer und Glückwunsch zum 30. Geburtstag der Fachmesse. Die Veranstaltung in Löbau ist eine gute Adresse für die gesamte Branche und daher für BEES, unsere neue digitale Businessplattform, auch zum Start eine gute Testbühne. Unser Ziel ist es, mit BEES eine attraktive Lösung anzubieten, um den unabhängigen Getränkefachgroßhandel zu unterstützen und ihre Margen zu erhöhen. Dass uns das gelingt, möchten wir beweisen. Dabei nehmen wir jeden mit, kleine Händler wie auch den Großanbieter. Jeder soll von der digitalen Transformation, die BEES ermöglicht, profitieren. Fakt ist: In unserem wirtschaftlichen Umfeld blicken wir auf rund 5.000 Fachhändler, die vor der Herausforderung stehen, ihr Geschäft digital zu machen. Da keiner der großen Tech-Konzerne eine passende Lösung hatte, die alles abdeckt, haben wir selbst einen B2B-Marktplatz geplant und realisiert, dafür über eine Milliarde US-Dollar investiert.

Sie haben BEES getestet, Frau Mayer. Was überzeugt Sie persönlich am meisten?

Mayer: Das Gesamtpaket ist einfach stimmig. Das Angebot ist rund um die Uhr verfügbar. Getränke aller Hersteller – unser gesamtes Portfolio – vertreiben wir über die Plattform, was ein echtes Alleinstellungsmerkmal ist. Die BEES-App ist intuitiv und einfach bedienbar. Ich kann von der Produktsuche über das Aufgeben von Bestellungen bis zur Vereinbarung von Lieferterminen alles

aus einer Hand erledigen. Das Verwalten meiner Rechnungen ist zudem einfach. Hinzu kommen beispielsweise lukrative Prämienoptionen und die Unterstützung durch Werbe- und Marketingaktionen, die helfen, den Umsatz anzukurbeln.

Getränke Mayer ist Ihr erster Umsetzungspartner, ab sofort ist BEES deutschlandweit verfügbar. Mit welchen Erwartungen gehen Sie in Jahr eins?

Weitzl: Seit dem Kick-off 2020 expandiert BEES in mittlerweile 20 Ländern. In Europa ist Deutschland nach Großbritannien nun der zweite Markt. Das Tempo des Wachstums ist rasant. Binnen der kurzen Zeit kommen wir rund um den Globus auf 2,9 Millionen monatliche Nutzer. Die Innovation BEES ist ein weiterer Meilenstein unserer Wachstumsstrategie, in der hohe technologische Standards eine Schlüsselrolle einnehmen. In Deutschland bauen wir konsequent derzeit strategische Partnerschaften im Fachgroßhandel auf. Von Beginn an bringen zwei Pilot-Großhändler hier die bestmögliche Erfahrung mit. Wir wollen die Bedürfnisse unserer Partner genau verstehen und diesen gerecht werden. Damit wollen wir beweisen, dass wir mit BEES einen profitablen und nachhaltigen B2B-Marktplatz für unsere Partner anbieten können. Fakt ist: Wir wachsen, wenn unsere Kunden wachsen. Künstliche Intelligenz wird ein wichtiger Faktor sein, wie auch beispielsweise kreative Kundenbindungsprogramme und individuelle To-go-Pakete für unsere Partner. Eines ist sicher: BEES kennt keinen Stillstand.

Anheuser-Busch InBev Deutschland

Anheuser-Busch InBev Deutschland (Beck's, Corona, Spaten) mit Hauptsitz in Bremen ist ein Tochterunternehmen des weltweit führenden Braukonzerns Anheuser-Busch InBev und ist im deutschen Biermarkt der zweitgrößte Brauereikonzern. Das Unternehmen beschäftigt in Deutschland an vier Standorten rund 2.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Ansprechpartner Medien

Fried-Heye Allers | Public Affairs Manager Germany | Anheuser-Busch InBev |
T: +49 (0)151 204 316 03 | M: friedheye.allers@ab-inbev.com