

Logistik für das „grüne Gold“

GLOBALER DIENSTLEISTER | Das in Nürnberg ansässige Familienunternehmen Schwarz Logistik konnte sich im Bereich der Hopfenlogistik in den letzten dreißig Jahren mit viel Spezialwissen einen weltweit hervorragenden Ruf beim Transport, der Lagerung und beim Im- und Export von Hopfenprodukten erarbeiten. Zum 40. Jahrestag der Firmengründung sprach die BRAUWELT mit Geschäftsführerin Susanne Schwarz und ihrem Ehemann Christian Schwarz-Baumann, der bei Schwarz Logistik für den Hopfen verantwortlich zeichnet.

HOPFENHANDEL in Nürnberg hat Tradition: Bereits im 14. Jahrhundert wurde dort erstmals Hopfenhandel nachgewiesen. Seine große Blütezeit erlebte der Hopfen in Nürnberg in den Jahren zwischen 1880 und 1895.

Das Rekordergebnis brachte im Handelsjahr 1889/90 ein umgeschlagenes Gesamtgewicht von über 160 000 Ballen. Auch die BRAUWELT ist mit diesem Wirtschaftszweig eng verbunden, erschien doch in Nürnberg 1861 erstmals die „Allgemeine Bayerische Hopfenzeitung“, Vorgängerin der BRAUWELT.

Der Rückgang des Nürnberger Hopfenhandels begann zu Beginn des 20. Jahrhun-

derts, Erster und Zweiter Weltkrieg brachten erhebliche Rückschläge mit sich. Nach dem Zweiten Weltkrieg schaffte es die Hallertau – als bis heute größtes zusammenhängendes Anbaugebiet der Welt –, sich vor Nürnberg an erste Stelle bei Verarbeitung und Handel zu setzen. [1]

Bei der Hopfenlogistik belegt heute aber wieder Nürnberg einen weltweiten Spitzenplatz. Seit rund dreißig Jahren hat sich die Schwarz Logistik als einer der weltweit führenden Anbieter in der Transportlogistik des grünen Goldes etabliert. Der Geschäftsbereich hat sich bis heute zu einer substantiell tragenden Säule des Unternehmens gemauert.

Frau Schwarz, im Februar 2022 feierte die Schwarz Logistik ihr 40-jähriges Firmenjubiläum. Können Sie uns einen kurzen Abriss der Firmengeschichte geben?

Susanne Schwarz: Im Jahr 1981 gründeten meine Eltern Peter und Angelika Schwarz das Unternehmen, und seit 1989 sind wir an dem heutigen Standort hier in der Sieboldstraße ansässig. Das stetige organische Wachstum machte schnell den Bedarf an weiteren qualifizierten Mitarbeitern deutlich, woraufhin meine Mutter Angelika Schwarz bereits im Jahr 1991 die Erlaubnis zur Berufs- und arbeitspädagogischen Ausbilderin erwarb. Die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter ist bis heute eine der wichtigsten Säulen unseres Betriebs. Viele der MitarbeiterInnen, die wir selbst ausbildeten, sind unserem Unternehmen bis heute treu geblieben. Mein Eintritt in die Firma erfolgte im Jahr 2007, im Jahr darauf kam auch mein Mann Christian Schwarz-Baumann dazu. Meine beiden Schwestern Katharina und Lisa Schwarz sind ebenfalls seit 2013 bzw. 2015 im Unternehmen tätig.

In den Jahren 2007 und 2016 konnten wir mit dem Bau einer zweiten bzw. dritten Lagerhalle unsere Kühl- und Lagerkapazitäten erheblich ausbauen. Trotz der räumlichen Erweiterungen stießen wir aber in den



Das Firmengelände der Schwarz Logistik GmbH in Nürnberg

letzten Jahren immer wieder an die Grenzen unserer Kapazitäten. Im Jahr 2020 bot sich uns dann die Möglichkeit, ein angrenzendes Grundstück zu erwerben und damit unser Firmengelände auf eine Gesamtfläche von fast 45 000 m² zu erweitern. Auf der neuen Fläche entstand unter anderem eine neue kombinierte Produktions- und Logistik-Halle für einen unserer Kunden.

Auch für die Zukunft haben wir Anfang 2022 die Weichen gestellt. Ich selbst bin seit Januar neben meinem Vater als Geschäftsführerin bestellt, mein Mann erhielt ebenfalls im Januar die Prokura. Durch diesen Schritt ist auch für unsere Kunden und MitarbeiterInnen klar, dass das Unternehmen inhaber- und werteorientiert weitergeführt werden wird.

Herr Schwarz-Baumann, Sie verantworten den Bereich der Hopfenlogistik. Wie kam es dazu, dass heute ein mittelständisches Nürnberger Logistik-Unternehmen international die Marktführerschaft in der Hopfenlogistik beanspruchen kann?

Christian Schwarz-Baumann: Der Kontakt zur Hopfenbranche stellt tatsächlich einen großen Meilenstein in unserer Firmengeschichte dar. Denn schon seit über 30 Jahren gehören unsere Hopfenkunden zu unseren wichtigsten Kunden. Wie meine Frau bereits sagte, wurde der Grundstein hierfür von meinem Schwiegervater und seinem damaligen Geschäftspartner gelegt, welcher vorher in der Hopfenbranche tätig war. Ab September 2008 bis Dezember 2010 konnten wir zusammenarbeiten und sukzessive den Bereich an mich übergeben. Weil dies schon frühzeitig geplant wurde, konnten wir in einer komfortablen Übergangsphase von fast zwei Jahren auch für unsere Kunden eine hohe Planungssicherheit gewährleisten. Seitdem führe ich den Geschäftsbereich fort, seit 2015 mit tatkräftiger Unterstützung von Lisa Schwarz als zentrale Ansprechpartnerin für alle unsere Kunden im Bereich Hopfen.

Was ist für Sie das Besondere an der Hopfenbranche?

Schwarz-Baumann: Als allererstes möchte ich sagen, dass die globale Hopfenbranche mit all ihren verschiedenen Beteiligten in der gesamten Produktions- und Prozesskette absolut einzigartig ist. Bis man anderswo ein vergleichbares Maß an familiärem Umgang, Vertrauen und gegenseitigem Verständnis findet, muss man schon sehr lange suchen. Im Vergleich zu anderen Branchen mag es sich beim Hopfen um ein Nischenprodukt handeln, aber trotzdem ist der Hopfen global relevant. Bei vielen unserer Kunden aus diesem Bereich handelt es sich wie bei uns um mittelständische, inhabergeführte Unternehmen. Deswegen ist dann auch eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe möglich.



Die Familie Schwarz in zwei Generationen (v.li.): Lisa Schwarz, Christian Schwarz-Baumann, Susanne Schwarz, Peter Schwarz, Angelika Schwarz, Katharina Schwarz

Außerdem möchte ich hier betonen: Hopfen ist ein relativ teures, oftmals zeitkritisches Produkt. Und bei der Zusammenar-

beit sind selbstverständlich konstant hohe Leistungen gefragt und Expertise, was die vielen Besonderheiten der Hopfenlogistik angeht. Wichtig sind uns aber neben diesen Grundlagen gute, langfristige Beziehungen zu unseren Kunden. Es geht um gegenseitiges Vertrauen und Verständnis. Es geht darum, den Kunden mit seinen Anforderungen und Nöten abzuholen und einen persönlichen Zugang zu finden; ihm nicht nur irgendeine Dienstleistung zu verkaufen, sondern ihn mit unserem jahrzehntelangen Fachwissen beratend zur Seite zu stehen.



Hopfen ist ein sensibles Produkt, weshalb beim Transport und der Logistik viele technische Details beachtet werden müssen

Sie sind weltweit in der Logistik und dem Transport von Hopfen unterwegs. Wie funktioniert das von der einzigen Geschäftsstelle in Nürnberg aus?

Schwarz-Baumann: Das stimmt, wir wickeln als Generalunternehmer die Logistik und den Transport von Hopfen ab. Und wir sind wirklich weltweit in praktisch allen Ländern, in denen auch Hopfenanbau stattfindet, unterwegs. In Europa leisten wir den Transport u. a. mit unserem eigenen Fuhrpark, im Ausland, wie z. B. in den USA, arbeiten wir mit ausgewählten und langjährigen Partnern und Agenten zusammen, welche ähnliche Strukturen und Werte aufweisen wie wir.

Die Entwicklung des US-amerikanischen Markts haben wir seit dem Jahr 2017 vorangetrieben. Hier nutzen wir u. a. auch Veranstaltungen wie z. B. die Craft Brewers Conference, um unsere Kunden, hierzu zählen Brauereien und Hopfenhändler, persönlich zu treffen. Und seitdem sind wir neben Import- und Exportgeschäft auch auf dem nordamerikanischen Markt vertreten. Unser Netzwerk mit den Partnern vor Ort bauen wir stetig aus.

Mit Hilfe des von uns eingesetzten Lagerverwaltungsprogramms sind wir zu jeder Zeit darüber informiert, wo sich die Ware gerade befindet. Unsere Kunden können hierüber ebenfalls ihren Lagerbestand und spezifische Lieferprozesse digital einsehen und nachverfolgen.

Wer zählt zu Ihren Kunden?

Schwarz-Baumann: Ich glaube, wir können hier antworten, dass alle namhaften Unternehmen, die an irgendeinem Punkt in der Verarbeitungskette von Hopfen stehen, mit Schwarz Logistik zusammenarbeiten. Angefangen vom Hopfenpflanzler, über die großen Verarbeitungsbetriebe und Hopfenhändler bis hin zu den Brauereien. Und an dieser Stelle möchte ich hervorhe-

ben, dass es uns absolut wichtig ist – vom kleinsten bis zum größten unserer Kunden –, als neutraler Dienstleister aufzutreten. Ich bezeichne uns gerne als „Schweiz der Hopfenlogistik“. Das wollen wir für alle leisten. Wir legen keinen Wert auf Einmalgeschäfte, sondern auf langjährige Geschäftsbeziehungen zu beiderseitigem Nutzen mit langfristiger Planungssicherheit. Und dazu gehört dann auch die Neutralität des Logistikdienstleisters.

Hopfen ist ein sensibles Produkt; welche Herausforderungen und speziellen Anforderungen gibt es beim Transport und der Logistik von Hopfenprodukten zu beachten?

Schwarz-Baumann: Da gibt es viele technische Details, die zu beachten sind, angefangen damit, dass Transporte lebensmitteltauglich sein müssen, über spezielle Zolldokumentation, bis hin zu den zum Beispiel besonderen Abmessungen der Hopfenballen. Tatsächlich haben wir in unserem Fuhrpark hierfür Spezialfahrzeuge mit drei Metern Innenhöhe und hydraulisch anhebbares Dach, um eine optimale Nutzung des Volumens und damit einen möglichst kleinen Fußabdruck sicherzustellen.

Neben diesen technischen Details spielt aber eher unsere langjährige Erfahrung und Kompetenz eine große Rolle bei der Hopfenlogistik. Es geht da z. B. um die besten Wege, die der Hopfen beim Transport nehmen sollte, oder etwa um Möglichkeiten des temperaturgeführten Versands. Wir sind im Endeffekt dem Kunden gegenüber weisungsgebunden, aber wir versuchen ihm in beratender Tätigkeit die besten Optionen aufzuzeigen.

Eine Besonderheit, die wir außerdem anzubieten haben, ist unser offenes Zolllager. Hier können unsere Kunden ihre Produkte bis zur endgültigen Verfügung einlagern, und je nach Empfangsland fallen keine Zölle und Einfuhrumsatzsteuer an.

Das Erntejahr 2022 war für den Hopfen kein gutes, die Energiepreise ziehen an ... wie meistern Sie die aktuellen Herausforderungen?

Schwarz-Baumann: Als Logistikdienstleister und Spediteur belasten uns die gestiegenen Energiekosten und Treibstoffpreise enorm. Was etwa die gestiegenen Preise für Kraftstoffe angeht, die müssen wir an unsere Kunden weitergeben; Ziel ist es aber, immer eine für alle Parteien verträgliche und partnerschaftliche Lösung zu finden.

Und es stimmt, speziell für den Hopfen war 2022 kein gutes Jahr. Es handelt sich eben um ein Naturprodukt, und da werden jedes Jahr die Karten neu gemischt. In den Wochen seit Erntebeginn war deshalb die Kommunikation mit allen Beteiligten enorm wichtig: „Wie sind eure Erwartungen für dieses Jahr? Wie müssen wir Lagerkapazitäten planen? Wie sehen die Warenströme für Exporte und Importe aus?“ Wenn man die Probleme offen anspricht, dann findet sich auch immer eine Lösung zum beiderseitigen Nutzen.

Abschließend möchten wir uns für das entgegengebrachte Vertrauen und die langjährige Treue bei unseren Kunden bedanken und freuen uns auf eine gemeinsame und spannende Zukunft zum Wohle hervorragender Biere.

Frau Schwarz, Herr Schwarz-Baumann, herzlichen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte BRAUWELT-Redakteur Dr. Christian Dekant.

■ Quellen

1. Hopfenhandel in Nürnberg, <https://nuernberginfos.de/industrialisierung-in-nuernberg/hopfenhandel-nuernberg.php> (abgerufen am 1.11.2022).