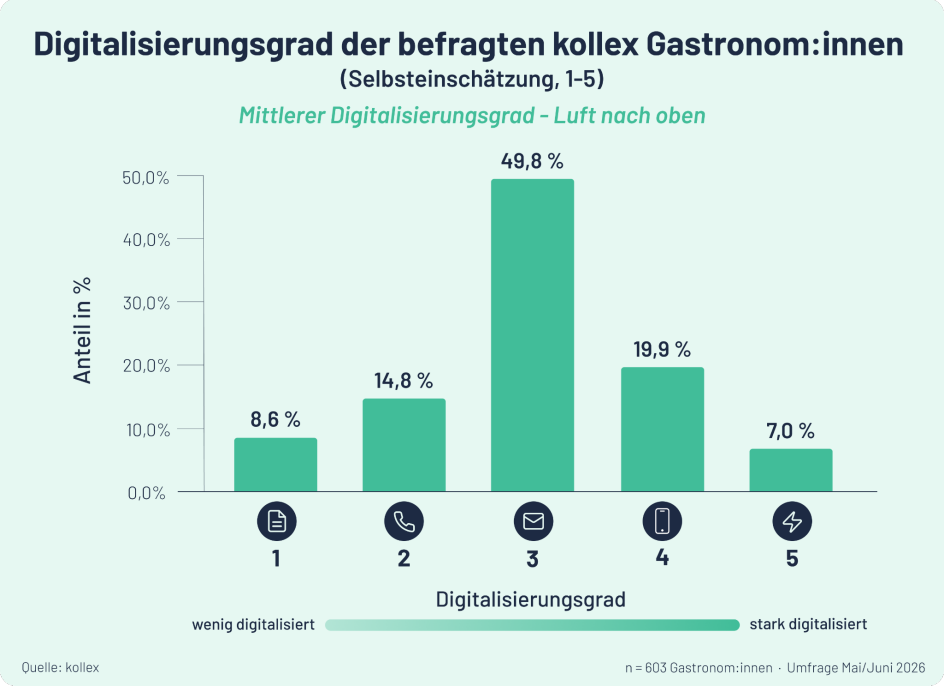
kollex

kollex Digitalumfrage 2026

Die letzte analoge Meile für Traditionsbranchen

Wo die Lücke zwischen digitalem Anspruch und betrieblicher Realität besonders groß ist – und welche Schritte jetzt notwendig sind

Berlin, Oktober 2026. Deutschland diskutiert über KI – dabei scheitert die Digitalisierung vieler Traditionsbranchen noch an grundlegenden, analogen Prozessen. Der Blick in die Gastronomie und den Getränkefachgroßhandel zeigt, wie groß die Lücke zwischen digitalem Anspruch und betrieblicher Realität mancherorts noch ist. Rund die Hälfte der Gastronom:innen und Befragten aus dem Getränkefachgroßhandel bewertet den eigenen Digitalisierungsgrad lediglich als mittelmäßig. Das belegt die aktuelle kollex Digitalumfrage unter 600 Gastronom:innen.



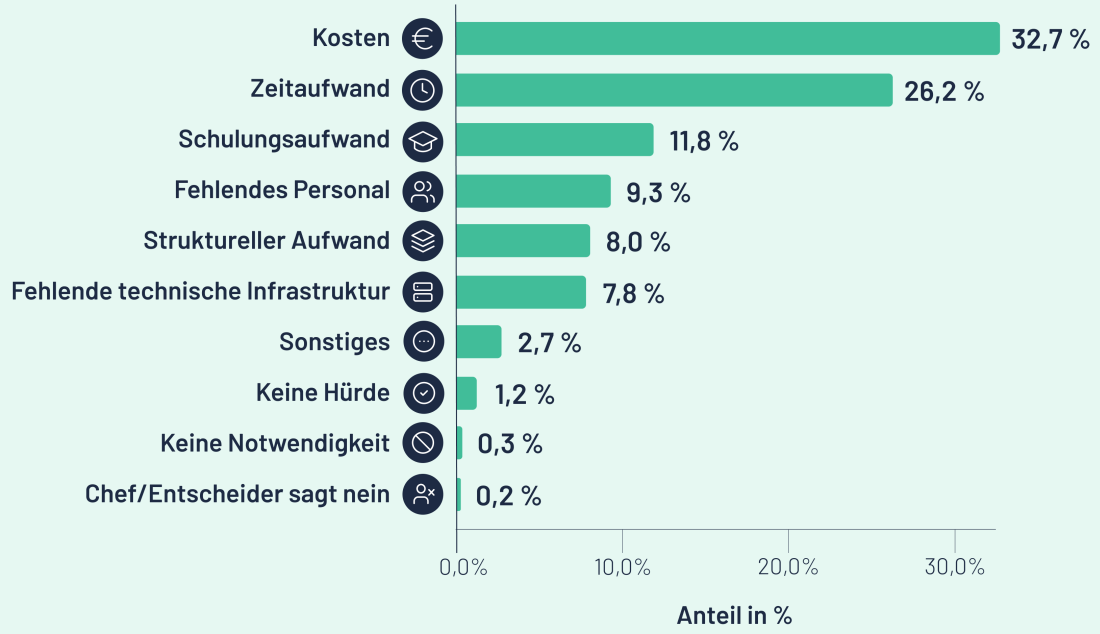
Jeder Zweite hat zuletzt ein neues Tool eingeführt

Warum vollzieht sich der Wandel in Traditionsbranchen nur langsam? Rund ein Drittel der Befragten nennt Investitionen als größte Hürde bei der Einführung neuer Software. Dahinter folgt der Zeitaufwand für die Auswahl, Einführung und Einarbeitung in digitale Tools. Gerade die überwiegend kleinen Betriebe in der Gastronomie stehen dabei vor einem Dilemma: Digitale Lösungen sollen Zeit sparen, ihre Einführung kostet zunächst jedoch genau diese Ressource.

kollex

Größte Hürden bei der Einführung digitaler Tools

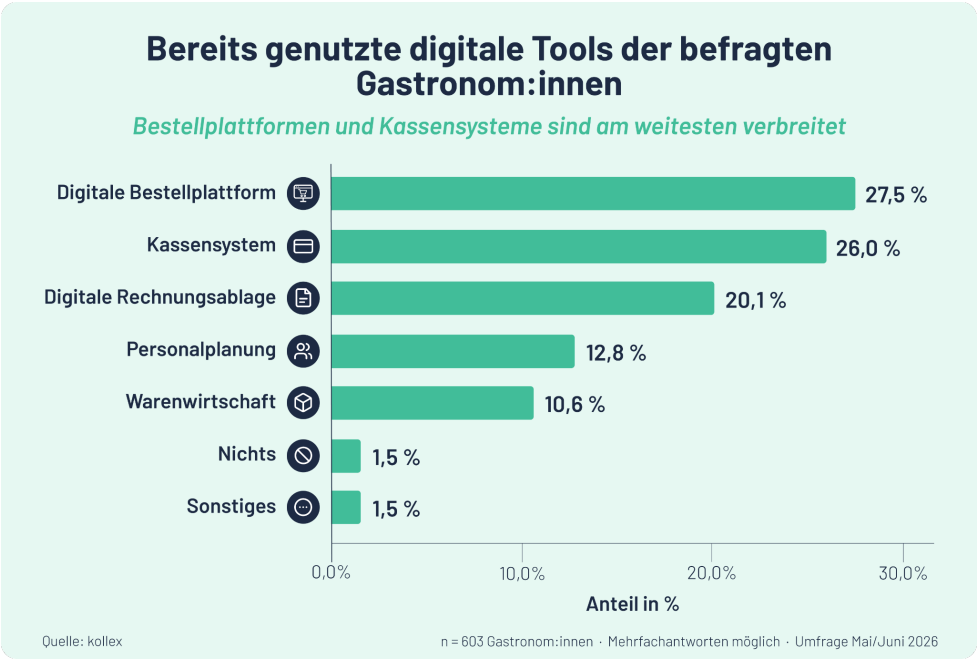
Befragte kollex Gastronom:innen sagen Kosten und Zeitaufwand sind die größten Hürden



Quelle: kollex

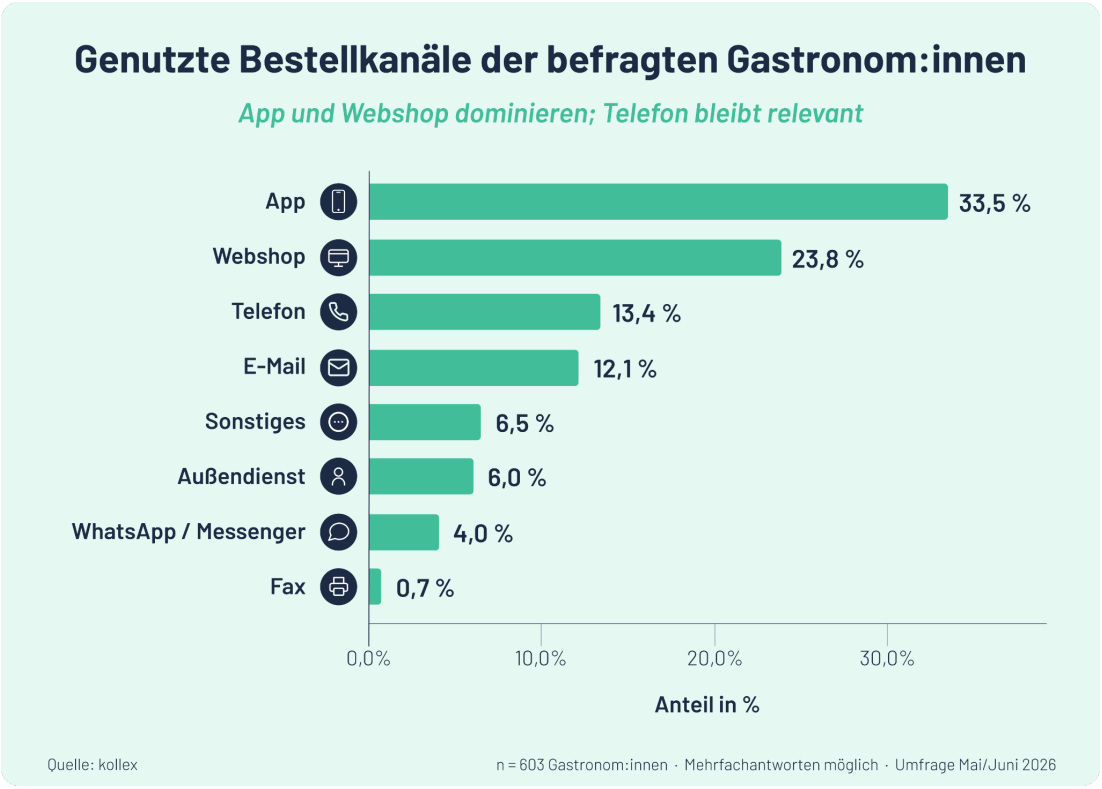
n = 603 Gastronom:innen · Umfrage Mai/Juni 2026

Die kollex Digitalumfrage zeichnet damit das Bild einer Branche, die die letzte analoge Meile noch vor sich hat. Gleichzeitig zeigt sich Bewegung: Jeder zweite Betrieb hat in den vergangenen zwölf Monaten mindestens ein neues digitales Tool eingeführt. Digitale Bestellplattformen und Kassensysteme gehören inzwischen zu den verbreitetsten digitalen Tools in der Gastronomie – rund ein Viertel der befragten Betriebe setzt bereits auf die jeweilige Lösung.

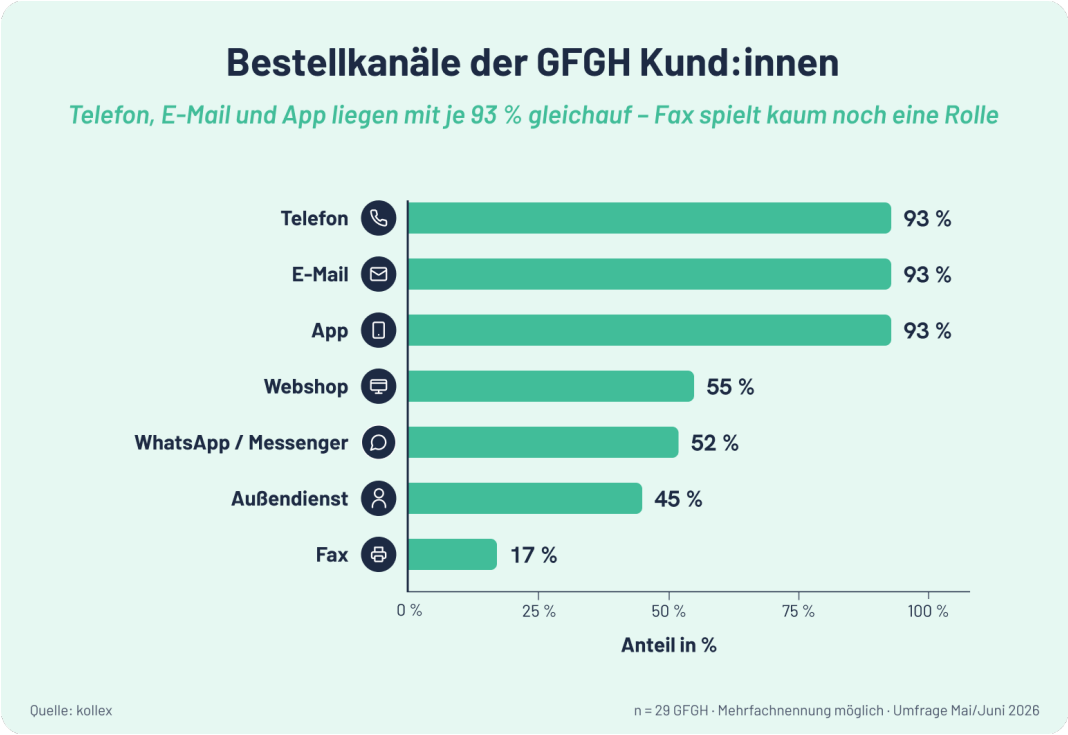


Parallele Kanäle von App bis Fax

Die Digitalisierung ersetzt bestehende Prozesse aber nicht, sondern ergänzt sie zunächst. Unter den Befragten dominieren App und Webshop als Bestellkanäle, doch das Telefon bleibt für gut jeden achten Betrieb ein regelmäßiger Bestellweg, gefolgt von der Bestellung via E-Mail. Vereinzelt – in weniger als einem Prozent der Fälle – werden Bestellwünsche sogar noch per Fax übermittelt.



Auch aus Sicht des Getränkefachgroßhandels zeigt sich diese Parallelität deutlich: Telefon, E-Mail und App werden von jeweils 93 Prozent der Befragten als Bestellkanäle ihrer Kund:innen genannt. Daneben spielen Webshop, Messenger und Außendienst weiterhin eine relevante Rolle.



Damit existieren alte und neue Kommunikationswege parallel. Für den Getränkefachgroßhandel bedeutet das erhebliche und vor allem vermeidbare Mehrarbeit – zugleich aber auch die Chance, hier selbst den Takt vorzugeben. Jede zusätzliche Bestellmöglichkeit erzeugt einen weiteren Informationskanal, deren Inhalte häufig manuell in Warenwirtschaftssysteme übertragen werden müssen. Was aus Sicht der Gastronom:innen flexibel wirkt, führt zu Fehlerquellen und ineffizienten Abläufen auf beiden Seiten.

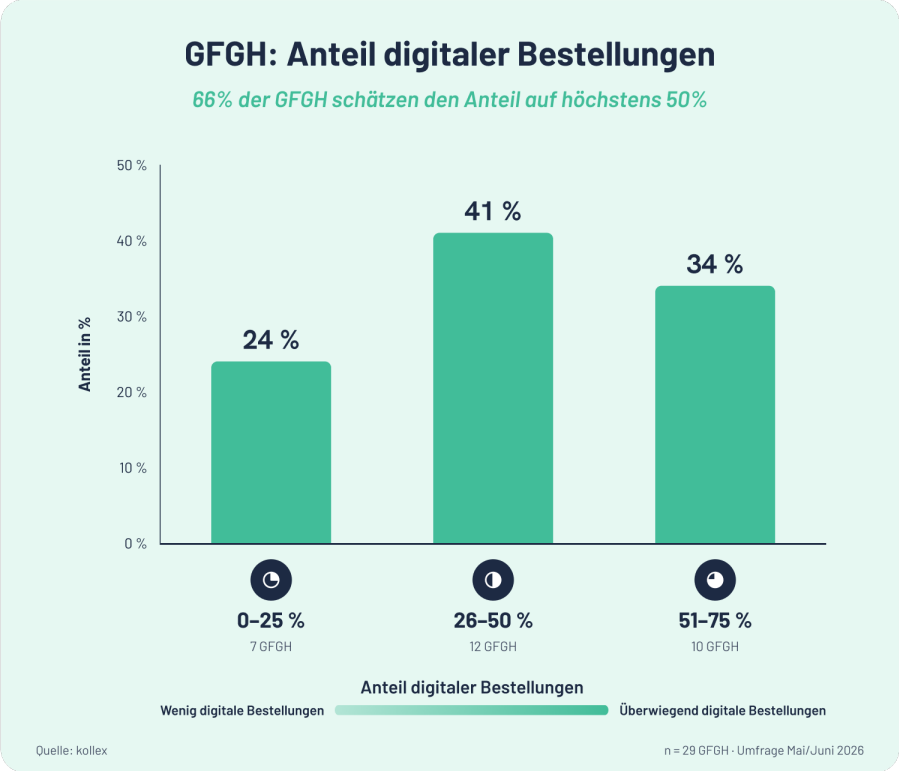
Ambition und Alltag: Wo es beim Getränkefachgroßhandel klemmt

Für den Getränkefachgroßhandel ist der Bestellprozess kein Nebenschauplatz, sondern eng mit den eigenen Wachstumszielen verknüpft. Auf die Frage nach ihren wichtigsten Zielen für die kommenden 12 bis 24 Monate nennen die befragten Unternehmen vor allem: Kosten senken, Effizienz steigern, Fehler reduzieren, Zeit sparen, Personal effizienter einsetzen, Neukunden gewinnen, Umsatzwachstum skalieren und Transparenz erhöhen.

Der betriebliche Alltag zeichnet ein anderes Bild: Medienbrüche zwischen Telefon, Fax, E-Mail, Messenger, Außendienst und ERP-System, ein hoher manueller Aufwand bei Bestellannahme und -erfassung, eine entsprechend hohe Fehleranfälligkeit sowie Personalmangel, der den Innendienst zusätzlich unter Druck setzt, bestimmen den Arbeitsalltag. Hinzu kommt die fehlende Transparenz über Bestellstatus, Preise und Verfügbarkeiten. Die Folge: Ausgerechnet der tägliche, hochfrequente Bestellprozess

blockiert damit einen Großteil der strategischen Ziele, die sich der Getränkefachgroßhandel selbst gesetzt hat.

Wie groß diese Lücke noch ist, zeigt sich auch beim Digitalisierungsgrad der Bestellungen: Rund zwei Drittel der befragten Getränkefachgroßhändler schätzen den Anteil digitaler Bestellungen auf höchstens 50 Prozent.



Statt KI-Hype: Letzte analoge Meile schließen

“Die Diskussion um künstliche Intelligenz hat gezeigt, welcher Zeitvorteil in neuen Technologien steckt. Zugleich ist ihr Einsatz in Traditionsbranchen selten der nächste sinnvolle Schritt in Richtung Digitalisierung. Erst muss das digitale Fundament stehen. Die neue kollex Digitalumfrage zeigt, in der Gastronomie und im Getränkefachgroßhandel liegt die letzte analoge Meile noch vor uns. Gleichzeitig sehen wir, dass die Bereitschaft zur Digitalisierung da ist und damit auch die Chance, Prozesse künftig deutlich einfacher, schneller sowie effizienter zu gestalten”, sagt Stefan Kellner, kollex CEO und Herausgeber der Digitalumfrage.

Je stärker Gastronom:innen erleben, dass ihnen digitale Arbeitsabläufe Zeit sparen, desto höher ist die Akzeptanz. Bei kollex beispielsweise steht die Bereitschaft, das Bestelltool weiterzuempfehlen, in direktem Zusammenhang mit der wahrgenommenen Zeitersparnis.

Hinzu kommt eine strukturelle Besonderheit der Gastronomie: Bestellungen sind überwiegend Chefsache. 88 Prozent der Befragten geben an, den Einkauf selbst zu übernehmen. Daher würde eine Entscheidung zur Umstellung auf digitale Bestellungen nicht nur abstrakt die Betriebseffizienz steigern, sondern den Chef:innen selbst den Arbeitsalltag erleichtern.

Fazit: Erst das digitale Fundament

Die kollex Digitalumfrage 2026 macht deutlich: Die Gastronomie ist keine analoge Branche mehr. Digitale Kassensysteme, Bestellplattformen oder digitale Rechnungsablagen gehören vielerorts zum Alltag.

Gleichzeitig zeigt sich, dass Digitalisierung selten geradlinig verläuft. Neue und alte Prozesse bestehen nebeneinander, analoge Routinen halten sich hartnäckig, obwohl digitale Alternativen verfügbar sind.

Gerade deshalb dürfte die eigentliche Herausforderung darin bestehen, die letzte analoge Meile zu schließen: Medienbrüche zu beseitigen, Prozesse durchgängig zu digitalisieren und den Nutzen neuer Werkzeuge so unmittelbar erfahrbar zu machen, dass sich ihre Einführung von selbst rechnet.

Nur wenn die grundlegenden Prozesse digital funktionieren, kann die nächste Stufe der Transformation überhaupt beginnen.

Ein begleitendes Whitepaper mit einer konkreten Roadmap für den Getränkefachgroßhandel – von der Bestandsaufnahme bis zur Etablierung eines digitalen Bestellstandards in sechs bis zwölf Monaten – steht ab sofort zum Download bereit unter: https://go.kollex.de/whitepaper-die-letzte-analoge-meile

Über die Digitalumfrage

Die Auswertung basiert auf den Antworten von 29 Getränkefachgroßhändlern und 603 kollex Nutzer:innen, vorwiegend aus Gastronomie und Hotellerie, die zwischen Mai und Juni 2026 an der kollex Digitalumfrage 2026 teilgenommen haben. Die Ergebnisse sind nicht repräsentativ für die gesamte Branche, sondern geben ein Stimmungsbild aktueller Einschätzungen zum digitalen Bestellprozess wieder.

Über kollex: Die Lösung aus der Branche für die Branche

kollex bringt Ordnung in digitale Bestellprozesse. Als führende Plattform vernetzt kollex Gastronom:innen und Lieferanten auf digitalem Weg. So können auch kleine und mittlere Unternehmen ihre Abläufe standardisieren – das reduziert Fehler, Rückfragen und schafft Kapazitäten. Damit auch im Zeitalter der Globalisierung ein breit gefächertes Angebot erhalten bleibt. Das Berliner Software-Unternehmen konnte seit dem Launch im Sommer 2019 bereits über 175 Getränkefachgroßhändler anbinden und mehr als 23.000 Nutzer:innen für die Bestellung via mobile App oder Webshop gewinnen.

kollex ist ein Joint Venture der Bitburger Braugruppe GmbH, der CHEFS CULINAR GmbH & Co. KG, der Coca-Cola Europacific Partners Deutschland GmbH, der Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG und der Rotkäppchen-Mumm Sektkellereien GmbH.

Pressekontakt:

Laurence Stroedter | Mashup Communications GmbH | kollex@mashup-communications.de