

GANZNAH

EIN MITGLIEDERMAGAZIN DER FÜR SIE HANDELSGENOSSENSCHAFT EG

INTERVIEW BERND CHRISTIANSEN

PFIATI, SALZBURG!
RÜCKBLICK AUF DIE
59. GENERALVERSAMMLUNG

RÜCKBLICK
Digitale
Kundenveranstaltung

FACHBERICHT
FOOD-TRENDS
Plant-based

IFS BROKER AUDIT 2022
Ausgezeichnete
Qualitätssicherung
bei der FÜR SIE

THE PERFECT MATCH FÜR VIELFALT & WACHSTUM



#1
Wachstumstreiber
Kategorie
Mayo:

+ 68% Umsatzwachstum
über die gesamte Kategorie*

#1
Tomaten
Ketchup
Marke:

Marktführer mit
22,6% Marktanteil*

*Quelle: Geomarketing 2021, MAT Q1 im Vergleich zu Q4 2021 nach Herstellern pro Kategorie

*Quelle: Geomarketing 2021, MAT Januar - Dezember 2021 nach Herstellern pro Kategorie



SCHÖN DAT SE DO SIN!

Die druckfrische Ausgabe der FÜR SIE Ganz Nah erreicht Sie passend zum Ende der Ferienzeit, wenn der Büro-Trouble erst wieder so richtig losgeht. Auch in den sonnigen Monaten des Jahres ist bei der FÜR SIE einiges passiert, über das wir Sie gerne auf dem Laufenden halten wollen.

Gleich zu Beginn des Sommers durften wir Sie in **Salzburg zur 59. Generalversammlung** begrüßen. Nach zwei Jahren pandemiebedingter Pause war das Wiedersehen im denkmalgeschützten Schloss Fuschl umso schöner. Für alle, die nicht dabei sein konnten und für diejenigen, die noch einmal in Erinnerungen schwelgen möchten, haben wir einen kleinen **Rückblick** zusammengestellt.

Teil unserer zweiten Ganz Nah ist noch eine weitere, sehr viel ausführlichere Rückschau: die Rückschau auf **60 Jahre FÜR SIE**. In unserem Geburtstagsjahr nehmen wir Sie mit auf eine **Zeitreise** von der Gründung als „FÜR SIE“-DISCOUNT über die Anfänge unserer bis heute bestehenden Partnerschaft mit der REWE bis zu der FÜR SIE, wie wir sie heute kennen.

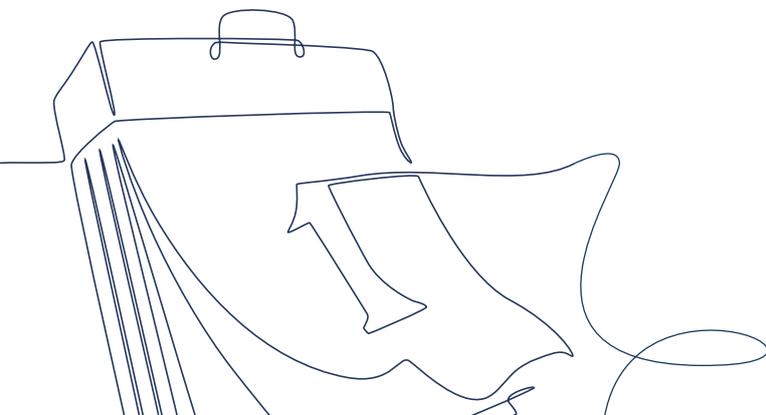
Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen und freuen uns, Sie schon bald persönlich auf unserer **Geburtstagsmesse am 29. September in Köln** wieder zu sehen!

Herzliche Grüße

Ihr


Dr. Martin Küssner


Walter Steffens



06 Pfiati, Salzburg!

Rückblick auf die 59. Generalversammlung

16 Im Interview: Bernd Christiansen

Unser neuer Aufsichtsratsvorsitzender

20 Zwei Mitglieder der FÜR SIE eG stellen sich vor

GWG mit Otto Duborg und Poetzsch Padborg

22 IFS Broker Audit 2022

Ausgezeichnete Qualitätssicherung bei der FÜR SIE

24 Die FÜR SIE im Laufe der Zeit

60 Jahre

34 Mitgliederzugehörigkeit

FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG

36 Unglaubliche 60 Jahre FÜR SIE

Unsere Geburtstagsangebote

38 Fachbericht Food-Trends

Plant-blased

42 Lieferantenporträt Coca-Cola

So regional produziert Coca-Cola in Deutschland

44 Ein Mitglied der FÜR SIE eG stellt sich vor

WSK Medical

48 Rückblick digitale Kundenveranstaltung

Ein Blick lohnt sich

50 Rückblick Coiffeur-Börse

Das Branchen-Event

52 Ausblick FÜR SIE Messe

29. September 2022

54 Facelift gefällig? Aber ja!

Die neue FÜR SIE Website





56 Weiterentwicklung Kundenportal
Ungelistete Artikel? Jetzt einfach bestellen!

58 Unser Einkauf
Wir stellen uns vor

64 Preissteigerungen bei Rohstoffen
Was blüht Verbrauchern, Handel und Erzeugern?

68 Ausblick: In der nächsten Ganz Nah

71 Impressum



36



58



INHALT

Pfiati, Salzburg!



Rückblick auf die
59. Generalversammlung

Die 59. Generalversammlung der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food konnte vom 02. bis zum 04. Juni nach zwei Jahren pandemiebedingter Abstinenz endlich wieder stattfinden.

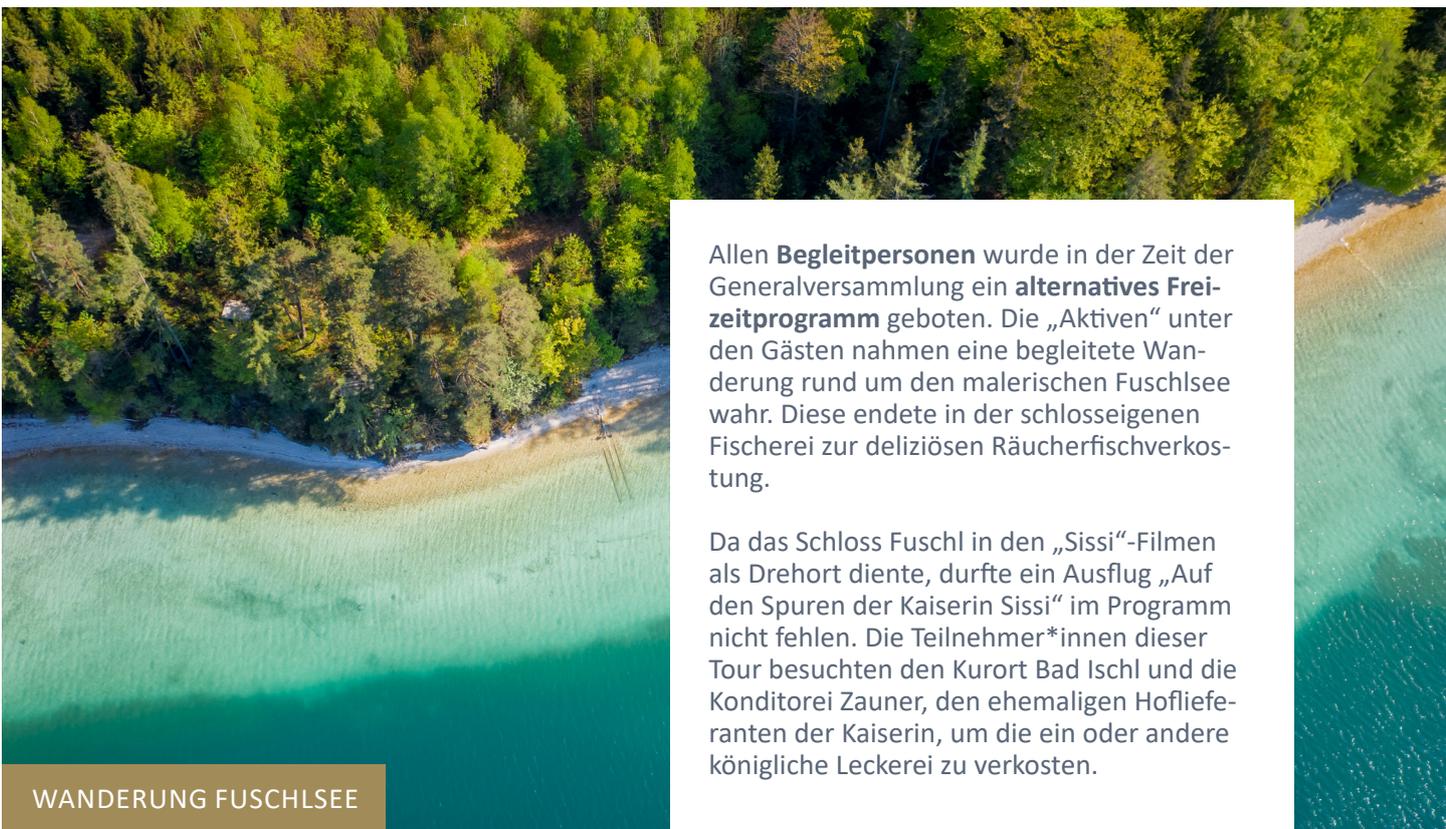
Als Veranstaltungsort wählten die Vorstände sowie das Organisationsteam der FÜR SIE das wunderschöne denkmalgeschützte **Schloss Fuschl**. Es liegt inmitten des Salzkammergutes unmittelbar am Fuschlsee. Um 12 Uhr fanden sich alle Gäste auf der „Diana Terrasse“ zum Welcome Lunch ein. Bei

prächtigem Wetter und einem unvergleichlichen Blick auf den Fuschlsee eröffnete Vorstandssprecher Dr. Martin Küssner die Veranstaltung und begrüßte alle Teilnehmer*innen. Im Anschluss genossen alle gemeinsam die ersten Augenblicke bei guten Gesprächen und einem sommerlichen Mittagessen.

Nach dem Lunch starteten die Shuttlebusse zur **Tagungs-Location** der Generalversammlung, dem **K.U.L.T.** Tagungszentrum in Hof bei Salzburg. Nach erfolgreicher Akkreditierung nahmen alle Teilnehmenden ihre Plätze zur **59. ordentlichen Generalversammlung** ein.



BEGRÜßUNG DR. MARTIN KÜSSNER



Allen **Begleitpersonen** wurde in der Zeit der Generalversammlung ein **alternatives Freizeitprogramm** geboten. Die „Aktiven“ unter den Gästen nahmen eine begleitete Wanderung rund um den malerischen Fuschlsee wahr. Diese endete in der schlosseigenen Fischerei zur deliziosen Räucherfischverkostung.

Da das Schloss Fuschl in den „Sissi“-Filmen als Drehort diente, durfte ein Ausflug „Auf den Spuren der Kaiserin Sissi“ im Programm nicht fehlen. Die Teilnehmer*innen dieser Tour besuchten den Kurort Bad Ischl und die Konditorei Zauner, den ehemaligen Hoflieferanten der Kaiserin, um die ein oder andere königliche Leckerei zu verkosten.

WANDERUNG FUSCHLSEE



Nach der Eröffnung durch unseren Aufsichtsratsvorsitzenden, Herrn Bernd Christiansen, erläuterten Herr Dr. Martin Küssner und Herr Walter Steffens die maßgeblichen Zahlen, Projekte und Meilensteine, die im Jahr 2021 erreicht worden sind.

Der **Umsatz** der Handelsgenossenschaft konnte auch 2021 gegenüber dem Vorjahreswert um 3,0 % auf 2,53 Mrd. € netto **gesteigert** werden – trotz bestehender pandemiebedingter Einschränkungen. Diese Verbesserung wurde bei stabilen Umsätzen im Getränkebereich vor allem aus der positiven Geschäftsentwicklung im Bereich Food – Non Food generiert. Treiber hierfür waren die **Vertriebsbereiche Onlinehandel und Großhandel sowie die Gewinnung von Neukunden** für die Genossenschaft.

Das Jahresergebnis nach Steuern aller Konzerngesellschaften lag bei 2.590 T€ und damit rund 2 Mio. € über dem Vorjahreswert. Durch die Steigerung der Ertragsstärke der FÜR SIE können die anstehenden Herausforderungen getragen werden bezüglich der Preisstellung im Warengeschäft und der Modernisierung der IT-Anwendungen.

„In unserem Fokus stehen die Verbesserung der Einkaufskonditionen für unsere Mitglieder, die Begrenzung des Verwaltungsaufwandes und die Ausweitung von Dienstleistungen durch eine Modernisierung der IT-Landschaft, den Ausbau der REWE-Partnerschaft sowie die verstärkte Einbindung der Mitglieder in die Arbeit der Genossenschaft.“

DR. MARTIN KÜSSNER, VORSTANDSSPRECHER

ZAHLEN. DATEN. FAKTEN.

1,45 Mrd. €
Umsatz per 31.07.2022

7 neue Mitglieder

1,44 Mrd. €
Umsatz per 31.07.2021

25 neue ZR-Partner

+ 1,02 %
Umsatzwachstum zum Vorjahr

3,59 Mio. €
Jahresüberschuss 2021 v. St.

Auch der Aufbau des Vermarktungseinkaufs für den Großverbraucherbereich und die **Weiterentwicklung** des Kundenbindungsprogramms **PAYBACK** wurden gezielt vorangetrieben.

In den Aufsichtsrat wiedergewählt wurden der stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrates Herr Matthias Heurich, der stellvertretende Vorstandsvorsitzende der REWE Group Herr Jan Kunath und der Hamburger Kaufmann Herr Kai Mattfeld.

„Durch die Weichenstellungen in der Vergangenheit war 2021 trotz der Herausforderungen durch die Pandemie ein erfolgreiches Jahr für unsere Genossenschaft. Wir sind davon überzeugt, dass wir auch in Zukunft eine für unsere Mitglieder leistungsstarke

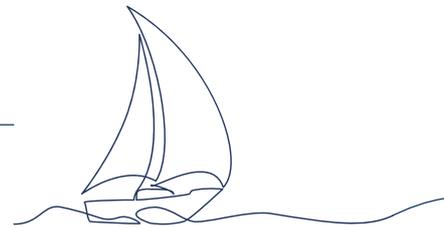
und attraktive Genossenschaft sein werden.“, so Herr Bernd Christiansen, Aufsichtsratsvorsitzender der FÜR SIE eG.

Nach einer kurzen Stärkung und der Bekanntgabe der Destination für die 60. Generalversammlung wurde der offizielle Part der 59. Generalversammlung der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food durch Herrn Bernd Christiansen beendet.

Im **Anschluss** daran erwartete alle Gäste eine **sportliche Kabinen-Ansprache** durch Herrn **Pierre „Litti“ Littbarski**, der seine Zuhörer mit Weisheiten aus seiner bunten und erfolgreichen Fußballerkarriere unterhielt und zum Kicken und Singen der Nationalhymne auf die Bühne einlud. Anschließend fuhren die Teilnehmer*innen mit den bereitstehenden Shuttlebussen wieder zurück ins Schloss.

SAVE THE DATE

60. Generalversammlung der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food in Cannes
01.06. bis 03.06.2023



PIERRE „LITTI“ LITTBARSKI





ANSISZ WARTENFELS



Am **ersten Abend** lud der „Ansisz Wartenfels“ zu einem **All Austrian BBQ** ein. Eingebettet zwischen Mondsee und Fuschlsee liegt das herrschaftliche Anwesen in märchenhafter Alleinlage am Berg. Nach einem musikalischen Willkommensgruß bei regionalen Drinks startete das Get-together bei wunderbarer Sicht und einem überragenden Sonnenuntergang. Auch der Garten von Wartenfels lud zur Entdeckungstour ein.

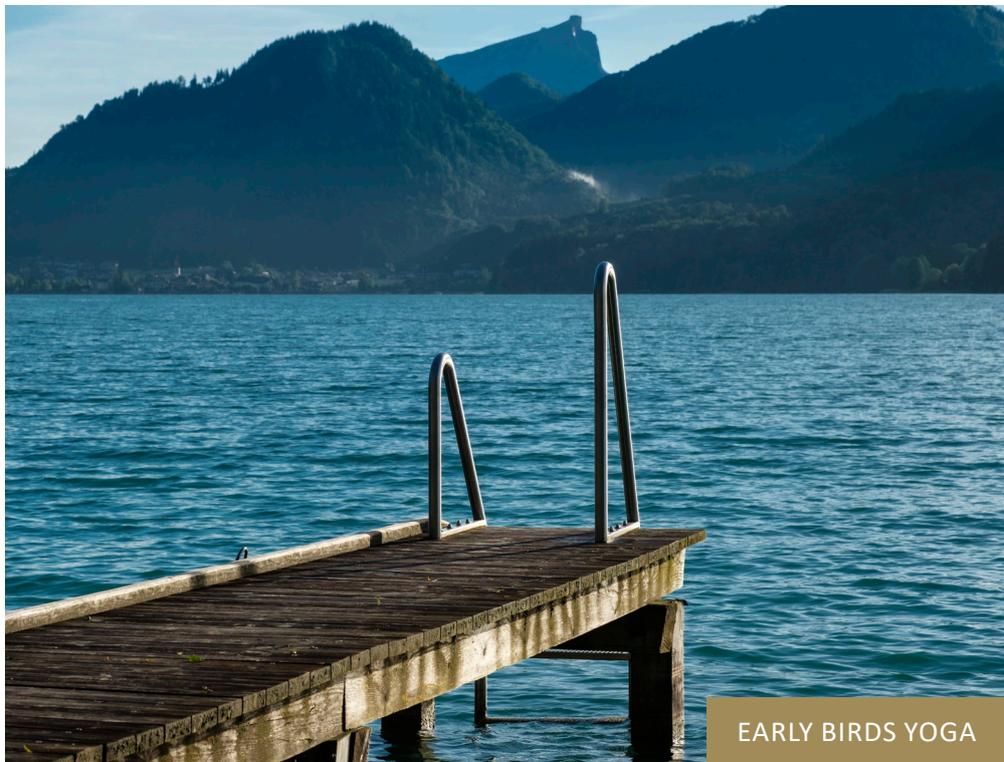
Viele regionale Köstlichkeiten erwarteten die Gäste. Eines der Highlights des Abends war wohl der frisch zubereitete Kaiserschmarrn mit Zwetschgenröster aus der XXL-Pfanne an der Feuerstelle. Nach Mitternacht endete der erste Abend der 59. Generalversammlung mit vielen glücklichen Gesichtern.





Für alle „Early Birds“ startete der Freitagmorgen mit einer belebenden Yogastunde auf der Seeterrasse. Während die Früh-aufsteher ihre innere Balance festigten, genossen die restlichen Gäste das reichhaltige Frühstücksbuffet im Schloss. Am frühen Vormittag starteten dann die **offiziellen Tagestouren**.

Die Gäste hatten die Möglichkeit, eine dieser drei Touren zu buchen: Oldtimerfahrt zum Stiegl-Gut Wildshut, Top of Salzburg und Reise durchs Hotel.





STIEGL-GUT WILDSHUT



OLDTIMERFAHRT



OLDTIMERFAHRT ZUM STIEGL-GUT WILDSHUT

Nach einem kurzen Shuttle-Transfer zum Mattsee nahmen die Teilnehmer*innen ihre Fahrzeuge in Beschlag. In verschiedenen stielchten **Oldtimer-Modellen** startete die Tour Richtung Stiegl-Gut Wildshut, dem **1. Biergut Österreichs**. Hier steht das Kultivieren von längst vergessenen Urgetreidesorten an erster Stelle. Zudem sind alte und vom Aussterben bedrohte Tierrassen

wie Mangalitza-Schweine, Pinzgauer Rinder und Dunkle Bienen auf dem Bio-Hof beheimatet. Nach einer Führung über das Gelände stand eine **Bierverkostung** mit anschließender Wildshuter Jause auf dem Programm. Derartig gestärkt ging es am Nachmittag wieder zurück zum Schloss Fuschl, wo bei bestem Wetter die Vorzüge der Seelage auskostet wurden.



TOP OF SALZBURG

Die Teilnehmer*innen starteten um 10:00 Uhr Richtung **Mozartstadt Salzburg**. Der erste Programmpunkt war der Besuch des Mirabellgartens. Quer durch die Stadt, inmitten durch die Getreidegasse, vorbei an Mozarts Geburtshaus, ging es hinauf zur Location M32 am Mönchsberg. Bei einem wunderbaren Aus-

blick über Salzburg und einem leckeren Mittagessen klang der offizielle Teil des Programms aus. Am Nachmittag stand viel Zeit zur freien Verfügung. Ein besonderes Highlight war der FÜR SIE Coupon für das Café Sacher, mit dem jede*r Teilnehmer*in ein Stück original Sachertorte sowie ein Heißgetränk genießen konnte.





REISE DURCHS HOTEL

Dieser Programmpunkt war ganz der Devise „Entspannen & Genießen“ gewidmet. Für all diejenigen, die ein bisschen relaxen und sich verwöhnen lassen wollten, stand das Hotel mit all seinen Vorzügen parat. Neben dem Ausleihen von E-Bikes oder E-Booten konnten verschiedene Spa-Behandlungen in Anspruch genommen werden. Ebenso lud die Seeterrasse zum Ausspannen und Verweilen am Fuschlsee ein.

Der zweite und **letzte Abend** unserer Zusammenkunft fand dann in der Remise des Schloss Fuschl statt. Bezug nehmend auf das **Motto „Alpen-Gala“** erschien sogar mancher Gast in stattlicher landestypischer Tracht. Nach einem standesgemäßen Empfang durch drei Alphornbläser bedankte sich Herr Walter Steffens bei allen Teilnehmer*innen für ihren Beitrag zu einer gelungenen Generalversammlung.

Bei einem schmackhaften 4-Gänge-Menü mit musikalischer Begleitung durch die **Geigerin Evgeniya Tkacheva** ließen alle Gäste die Veranstaltung wohlighaus ausklingen.



Wir bedanken uns bei allen Teilnehmer*innen und freuen uns auf ein Wiedersehen in Cannes.



IM INTERVIEW: BERND CHRISTIANSEN

„Herr Christiansen, Sie sind nun seit Oktober 2021 der neue Aufsichtsratsvorsitzende der FÜR SIE. Wie fühlt sich die neue Rolle an?“

Es ist eine äußerst **verantwortungsvolle Rolle** und ich fühle mich sehr geehrt, dass ich zum Aufsichtsratsvorsitzenden berufen wurde. Durch die neue Position ist mir die Verantwortung sogar noch bewusster geworden. Und es macht großen Spaß – insbesondere die Zusammenarbeit mit dem Vorstand und die Tätigkeit im Aufsichtsrat der REWE erweitern den Horizont. Man lernt nie aus, es bereitet mir viel Freude und man wird ständig gefordert.

„Mit welchen Erwartungen sind Sie an Ihre neue Position herangegangen?“

Meine Vorstellung von der Position war bereits im Vorhinein sehr klar, da ich als **Aufsichtsratskollege** schon lange die Arbeit von Herrn Satter **begleiten durfte**. Außerdem habe ich durch



meine vorherige Tätigkeit eine gute Vorstellung von der Leistungsfähigkeit der FÜR SIE. Was gewachsen ist, ist die **Erwartungshaltung an mich selbst**.

„Wo sehen Sie die größten Potenziale und Herausforderungen für die FÜR SIE?“

Nach 2 Jahren COVID und durch den schrecklichen Ukraine-Krieg stehen wir als FÜR SIE vor ganz speziellen Herausforderungen – und diese sind oft nicht planbar. Sie erfordern ein besonderes Gespür für die Situation. Hierfür ist die FÜR SIE sehr gut aufgestellt. Ich habe aktuell keine Veränderungsgedanken und möchte die Arbeit und die **Schritte meines Vorgängers**, Heinz-Werner Satter, **fortsetzen** und weiter am Ball bleiben. Die aktuelle Lage erfordert an sich mehr Aufmerksamkeit von uns allen. Aber in Zusammenarbeit mit dem FÜR SIE Vorstand sowie den ausgezeichneten und kompetenten Mitarbeiter*innen sind wir für solche Herausforderungen gewappnet. Es bleibt keine Zeit, sich auszuruhen! Es geht immer weiter.

„Die 59. Generalversammlung der FÜR SIE liegt nun gerade hinter Ihnen. Haben Sie die Veranstaltung als Aufsichtsratsvorsitzender der FÜR SIE anders wahrgenommen als zuvor?“

Als Erstes ist zu erwähnen, dass die äußeren Voraussetzungen genial waren. Der Ablauf war sehr gut geplant, die Location war grandios und trotz Flugannullierungen und Unwetterwarnungen lief alles reibungslos.



Es hat mir – auch in meiner neuen Rolle – sehr viel Spaß gemacht. Ich für mich selbst habe festgestellt, dass ich erst mal warmlaufen musste. Das Zusammenspiel mit dem FÜR SIE Vorstand gefiel mir gut.

Es hat mir ebenso gefallen, dass es **keine monotone Sitzung** war, sondern auch **Interaktion** aufkam. Daraus entstehen neue Projekte, Ideen und somit auch Weiterentwicklungen innerhalb der FÜR SIE. Es ist eine Mitgliederversammlung – und so sollten wir auch zukünftig in diesem Rahmen jedem Gehör schenken, der etwas zu sagen hat. Diese Form der Aussprache gehört einfach dazu. Und wir sind dafür verantwortlich, dann die Lösungen zu schaffen, die unsere Kundinnen und Kunden auch weiterhin zufriedenstellen.

„Sie sind nicht nur Aufsichtsratsvorsitzender der FÜR SIE, sondern auch seit 10 Jahren Geschäftsführer der GWG Grenzwarenvertriebsgesellschaft Gerd Wiltschek GmbH & Co. an der dänischen Grenze. Zur GWG gehören die Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte Pattburg Poetzsch und Otto Duborg, die sich auf den Grenzhandel spezialisiert haben. Was macht Ihre Märkte und die Zielgruppe so besonders?“

Darüber kann ich sehr viel erzählen. Zuerst einmal zur Zielgruppe: Wie unterscheidet sich die Zielgruppe des Grenzhandels vom normalen Lebensmitteleinzelhandel? Eigentlich gar nicht – wir haben die gleichen Konsumenten. Der Unterschied liegt darin, dass 99,5 % unserer Kunden aus dem benachbarten Ausland, also den **skandinavischen Ländern**, kommen. Somit ist bei uns auch

eine **andere Ansprache der Kunden** erforderlich. Unsere Kunden fahren zum Teil 150 bis 300 Kilometer, um ihren Einkauf bei uns zu tätigen. Dafür schauen sie dann aber auch nur zwei- bis dreimal im Jahr vorbei.

Skandinavier sind digitaler als wir Deutschen, sodass wir auch die Werbung und die Einkaufsmöglichkeiten digitaler gestalten müssen.

So bieten wir zum Beispiel einen **Vorbestellservice** (Klik & Hent) an, sodass der Kunde eine komfortable Möglichkeit hat, seinen Einkauf schon vorher zu planen. Unsere gesamte **Kundenansprache** erfolgt komplett in **Dänisch**, die **Bezahlung** erfolgt ebenfalls in **dänischen Kronen**. Darüber hinaus werden auch alle anderen skandinavischen Währungen akzeptiert, aber natürlich auch Euro. Ebenso können alle Kundinnen und Kunden bei uns mit der Dankort (der dänischen Debitkarte), der Kreditkarte oder via Smartphone bezahlen. Und zu guter Letzt haben wir auch **besondere Öffnungszeiten**: Bis auf Karfreitag und die Weihnachtsfeiertage kann jeden Tag in unseren Geschäften eingekauft werden.



„Welche Produkte sind bei Ihren Kunden besonders beliebt?“

Tiefkühl- und kühlpflichtige Waren sind eher nebensächlich und durch die lange Fahrtzeit unserer Kunden nicht so relevant. Überwiegend werden **Genussartikel** gekauft – am wichtigsten hierbei sind Getränke, besonders in Dosen, denn diese dürfen ohne Dosenpfand an unsere Kunden abgegeben werden.

Süßwaren gehören ebenfalls zu den beliebten Warengruppen, genauso wie **Wein und Spirituosen**. Besonders attraktiv für die Skandinavier sind die in Deutschland geringeren Steuersätze (gegenüber 25 % MwSt. in Dänemark und Schweden) und der Verzicht auf die Verbrauchssteuer (wie zum Beispiel Zuckersteuer, Weinsteuer und Branntweinsteuer).

„Durch die Corona-Pandemie war die Grenze zu Dänemark über Monate hinweg geschlossen. Wie hat dies Ihr Geschäft verändert?“

Die Einbrüche durch die Pandemie, die erhöhten Treibstoffpreise, den Ukraine-Krieg und vieles mehr registrieren wir gerade auch. Insbesondere die zwei Jahre der Pandemie waren für uns sehr restriktiv.

Otto Duborg musste **zum Teil geschlossen bleiben**. Poetzsch Padborg hatte **angepasste Öffnungszeiten**. Nach der Grenzöffnung im Juni 2020 sind die Kunden dann explosionsartig wieder über die Grenze geströmt, um einzukaufen – die Mitarbeiter*innen mussten Einlasskontrollen machen, um die Märkte nicht zu überfluten. Auch das war sehr herausfordernd. 2021 bestanden wiederum Verunsicherungen auf Kundenseite; hier blieb das erwartete große Nachholbedürfnis aus 2020 dann aber aus. Teilweise haben sich die Skandinavier in den zwei Jahren umorganisiert und in den eigenen Ländern eingekauft. Das waren und sind für uns große und spezielle Herausforderungen, auf die wir reagieren mussten und es noch immer müssen.

Aktuell ist es so, dass der Benzinspreis hier in Deutschland günstiger ist als in Dänemark. Das führt natürlich wieder zu großem Andrang, denn neben dem Einzelhandel bieten wir auch eine Tankstelle – daher ist der Zulauf derzeit wieder immens.

„Gab es in Ihrem Berufsleben eine Person oder einen Moment, der Sie besonders geprägt hat?“

In meiner beruflichen Laufbahn bin ich nach vier Jahren Bundeswehr zufällig an die coop Schleswig-Holstein eG geraten. Dort habe ich mein duales Studium absolviert und bin ziemlich zu Beginn auf einen **Marktleiter** getroffen, der mich in Bezug auf meinen weiteren Werdegang stark geprägt hat. Von Anfang an hat er mir viel Verantwortung

übertragen – und diese hat mich motiviert, die Verantwortung anzunehmen, mich weiterzuentwickeln und immer weiterzumachen. Daran halte ich bis heute fest.

„Was war der beste Rat, den Sie je bekommen haben?“

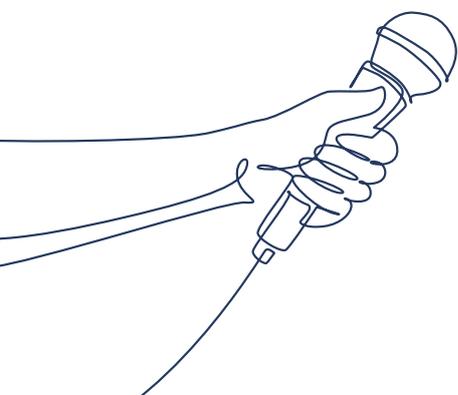
„Es gibt keine Probleme – es gibt Chancen, etwas besser zu machen.“

Außerdem hat meine Frau mir vor Jahren einen beschrifteten Stein geschenkt, der auf meinem Schreibtisch liegt. Auf diesem Stein steht: **„Glücklich ist, der vergisst, was nicht mehr zu ändern ist.“** Auch daran orientiere ich mich gerne.

„Wie schaffen Sie den Ausgleich zu Ihrem spannenden und fordernden Berufsalltag?“

Seit 19 Jahren spiele ich **Golf** – und das ist ein wirklicher Ausgleich für mich, mental und körperlich. Darüber hinaus ist meine **Familie** ein wichtiger Dreh- und Angelpunkt. Beim **Lesen** kann ich wunderbar abschalten und mit der richtigen Hintergrundmusik ist es mir möglich, mich komplett in das Buch zu vertiefen und alle Nebengeräusche auszublenden.

Kürzlich habe ich auch ein **Cabrio** erworben, womit ich gerne über Land fahre und den frischen Fahrtwind genieße, um den Kopf freizubekommen. Dazu läuft dann gute Musik der Steve Miller Band.



Dr. Oetker



Qualität ist das beste Rezept.

Einfach *ganz* besonders

Dr. Oetker, der Marktführer im Dessertpulvermarkt*, sorgt im Jahr 2022 für starke Impulse mit bewährten Klassikern und überzeugenden Innovationen. Tolle Rezeptideen auf der Packungsrückseite und auf www.oetker.de sorgen für vielfältige Verwendungsanlässe.

(* The Nielsen Company, Market Track, LEH + DM, Umsatz, Gesamtjahr 2020)



Nur für kurze Zeit!

Perfekt ist, was du draus machst!

Einfach, schnell und liebevoll selbstgemacht lassen sich mit den attraktiven Dessertpulver-Sets im Handumdrehen köstliche Schicht-Desserts für 4 Personen zaubern.



Original Pudding - der Klassiker von Dr. Oetker.

Sie stehen seit 1894 für Erfahrung, Qualität und Genuss. Genießen auch Sie das Gefühl von Geborgenheit, Liebe und besten Puddinggeschmack mit Dr. Oetker.



Paradies Creme - für Liebhaber softig-leichter Cremedesserts.

Probieren Sie den lockeren Dessert-Genuss für die ganze Familie. Unverwechselbar ein locker-leichtes, cremiges Dessert für jeden Tag.



Götterspeise - das knalligste Spaz-Dessert für die ganze Familie.

Seit 1920 ist Dr. Oetker Götterspeise bekannt als erfrischende Speise für die Sommermonate. Wegen ihrer wackeligen Konsistenz und ihrer faszinierenden Farbe ist diese immer wieder ein großes Vergnügen!



Quarkfein - für ein cremiges und genussvolles Quarkdessert.

Mit Dr. Oetker Quarkfein und Milch wird Speisequark zu einem cremigen und genussvollen Quarkdessert. Dr. Oetker Quarkfein verfeinert die Konsistenz und gibt Speisequark den besonderen Geschmack.



Festliche Mischung für warmen Genuss.

Wohlschmeckende und weihnachtliche Desserts lassen sich einfach ganz besonders mit Winter Desserts von Dr. Oetker zubereiten.

NUR FÜR KURZE ZEIT!



ZWEI MITGLIEDER DER FÜR SIE EG STELLEN SICH VOR

An der nördlichsten Spitze Deutschlands, rund um die beschauliche Gemeinde Harrislee, findet man nicht nur Fischbrötchen und Friesennerz. In dieser Gegend ist auch eine besondere Art des Handels angesiedelt: der **Deutsch-Dänische Grenzhandel**. Wie an einer Perlenkette aufgereiht, hat sich in der Region eine ganze Reihe von Grenzhändlern angesiedelt, die sich auf die Wünsche der dänischen Nachbarn spezialisiert haben.

Durch die **niedrigere Mehrwertsteuer** ist Deutschland ein beliebtes Einkaufsziel für viele Skandinavier.



Besonders begehrt sind Süßigkeiten, Lebensmittel und Spirituosen.

Der Umsatz, den unsere nördlichen Nachbarn in den deutschen Supermärkten erzielen, ist immens: Allein im Jahr 2020 kauften die Dänen trotz der zwischenzeitlichen Grenzschließungen in Deutschland für 672 Millionen Euro ein.

Zwei der **großen Grenzhändler sind Poetzsch Padborg und Otto Duborg**. Beide Unternehmen gehören zur **GWG Grenzwarenvertriebsgesellschaft** und sind bereits seit Jahrzehnten bekannte Größen bei dänischen Grenz-Shoppers.

Bereits am **1. Mai 1880** eröffnete Eduard Duborg ein Lebensmittelgeschäft in Flensburg und

legte damit den Grundstein für den heutigen Bordershop „Otto Duborg“.

Vierzig Jahre nach der Gründung von Otto Duborg wurde 1920 die Grenze zwischen Deutschland und Dänemark per Volksabstimmung neu gezogen. Während viele andere Kaufleute dadurch einiges an Geschäft verloren, erkannte die Kauffrau Anna Poetzsch ihre Chance für ein neues Geschäftsmodell. Sie eröffnete 1921 einen Laden am Grenzübergang Kupfermühle. Das damalige Sortiment ihres Grenzwarenladens bestand hauptsächlich aus Früchten, Süßigkeiten und Lebensmitteln. Um auf sich aufmerksam zu machen, dekorierte sie den Laden außen mit Bananenbäumen und verhalf der Straße so zu ihrem Spitznamen „Bananen Allee“.

Einige Jahrzehnte später begann Helge Hoffmann, der Enkel von Anna Poetzsch, als Aushilfe im Markt seiner Großmutter. Bei der Arbeit lernte er bald Gerd Wiltschek kennen, der dort ebenfalls einen Nebenjob hatte. Während ihrer Zeit im Grenz-Shop wurden die beiden nicht nur Freunde, sondern sie schmiedeten auch schnell Pläne für gemeinsame Geschäfte.

1983 kreuzten sich schließlich die Wege der Erben von Otto Duborg und Poetzsch, als Helge Hoffmann und Gerd Wiltschek gemeinsam mit Herrn Otto Duborg

den ehemaligen Jumbo-Markt in Harrislee übernahmen.

Bereits ein Jahr später wurde das Familienunternehmen Otto Duborg Teil der 1978 gegründeten GWG Grenzwarenvertriebsgesellschaft, wobei Helge Hoffmann und Gerd Wiltschek gemeinsam mit Otto Duborg zu gleichen Teilen an der Firma Otto Duborg beteiligt wurden. Nach dem Tod von Herrn Duborg übernahmen die beiden das Geschäft 2007 vollständig.

Bis heute befinden sich die **Märkte der beiden Schwes-**

terunternehmen in direkter Nachbarschaft zueinander in Harrislee. Seit der vollständigen Geschäftsübernahme haben Helge Hoffmann und Gerd Wiltschek die Unternehmen Otto Duborg und Poetzsch Padborg zu dem gemacht, was sie heute sind: **große, traditionelle Grenzläden.** Sie bieten Grenz-Shoppern alles, was ihr Herz begehrt, zu günstigen Preisen: Süßigkeiten, Tabakwaren, Wein, Softdrinks, Spirituosen und eine umfassende Bierauswahl.



Nicht nur die Dänen nutzen die niedrigere Mehrwertsteuer, ebenso kommen auch Menschen aus anderen skandinavischen Ländern an die deutsch-dänische Grenze, um von den günstigeren Preisen der Deutschen zu profitieren.



IFS BROKER AUDIT 2022

Ausgezeichnete Qualitätssicherung bei der FÜR SIE

Durch immer komplexere Lieferketten wird es immer wichtiger, die **Qualität aller Produkte** und Dienstleistungen dauerhaft abzusichern. Alle Marktteilnehmer sollten zu jeder Zeit darauf vertrauen können, dass Produzenten und Lieferanten **fortlaufend** die gewohnte und vereinbarte Qualität den Kundinnen und Kunden liefern. Aus diesem Grund hat sich die REWE-FÜR SIE Eigengeschäft GmbH (RFE) frühzeitig nach dem Aufbau und dem Ausbau ihres Eigengeschäfts dazu entschieden, die **hohen Standards** bezüglich der Qualitätssicherung von **unabhängiger Stelle prüfen und belegen** zu lassen.

Seit dem **13.05.2020** ist die RFE daher nach dem IFS Broker Stan-

dard zertifiziert. Hierbei wird in standardisierten Verfahren nachgeprüft, ob geeignete Maßnahmen innerhalb der teilnehmenden Unternehmen implementiert wurden, die sicherstellen, dass alle Teilnehmer in der Prozesskette in Übereinstimmung mit besonders hohen Produktsicherheits- und Qualitätsanforderungen agieren. Für die RFE war es daher ein besonderes Anliegen, ihren Kunden diese Sicherheit in Bezug auf ihre Warenbeschaffung zu gewährleisten. Im ersten Folgeaudit im **Mai 2021** konnte die RFE sogar darlegen, dass die **Prozesse zur Qualitätssicherung auf Grundlage des ersten Audits noch einmal wesentlich verbessert** worden sind. Mit einem Ergebnis von 95,35 % ist sogar das Zertifikat nach höherem Stan-

dard erreicht worden – ein klarer Beweis für die funktionierende Qualitätssicherung in der RFE sowie bei allen Vorlieferanten. Im **April 2022** hat nun das nächste Audit nach dem neuesten Standard 3.1 stattgefunden. Auch in diesem Audit ist ein **sehr gutes Ergebnis** erzielt worden: Mit 94,44 % wird die hohe Güteklasse der Qualitätssicherungsprozesse bei der RFE hierin erneut bestätigt.

Sie können sich also weiterhin darauf verlassen, dass Sie im Eigengeschäft der FÜR SIE zuverlässig qualitätsgesichert Ihre hochwertigen Waren beziehen.

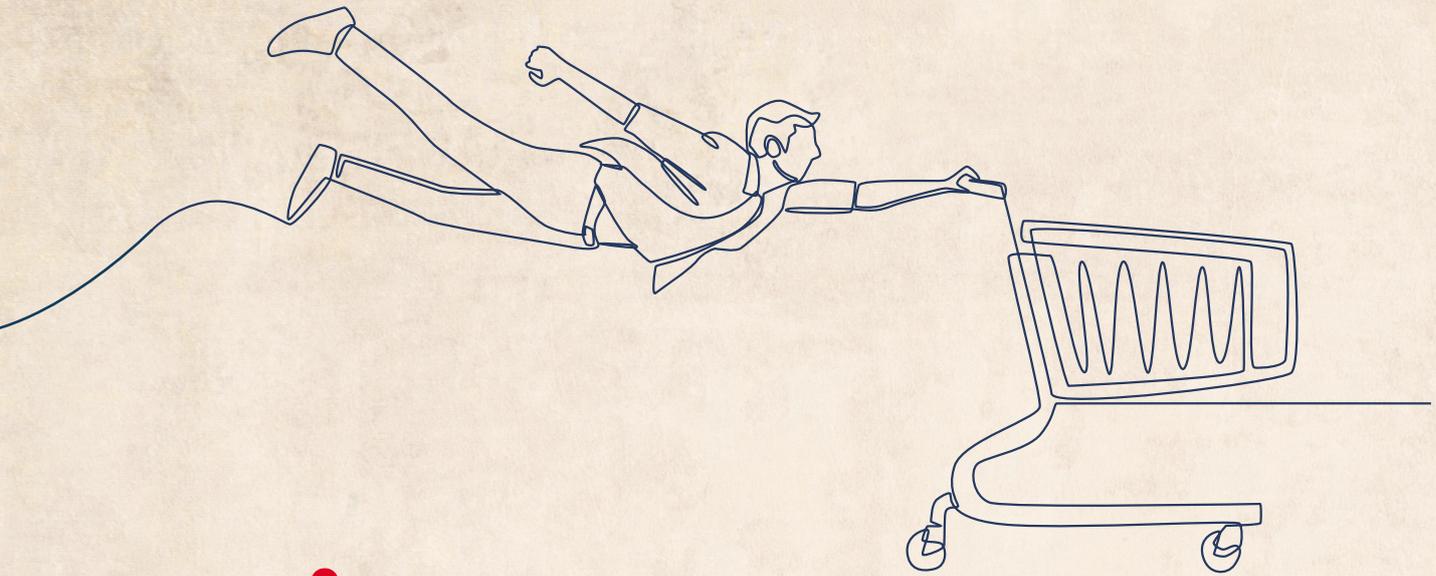


IFS Broker



www.tuv.com
ID 9000001715





FÜRSIE

IM LAUFE DER ZEIT

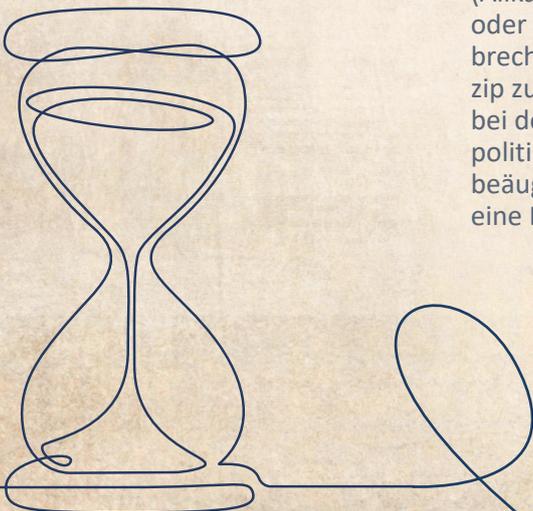
Anfang der 60er-Jahre: Aus dem Radio schallen die Beatles, die Flower-Power-Bewegung ist auf dem Vormarsch, Juri Gagarin wagt den ersten Flug ins Weltall und im Kino rettet James Bond erstmals die Welt. Während die Friedensbewegung weltweit gegen den Vietnam-Krieg demonstriert, setzen sich viele

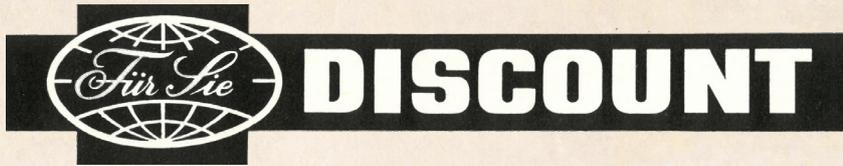
Händler in Deutschland gegen das bestehende Preisbindungsgesetz ein. Die rigide Preisbindung für fast alle Markenwaren wird nicht nur heiß diskutiert, es eröffnen auch immer mehr Händler Discounter, in denen die Ware als „Preisbrecher“ auf teilweise gesetzeswidrige Art angeboten wird.

Nach und nach verhelfen Marktgrößen wie Gerhard Ackermans (Allkauf), Karl-Erivan Haub (Plus) oder die Brüder Karl und Theo Albrecht (Aldi) dem Discount-Prinzip zum Aufschwung. Aber auch bei den kleinen, von Wirtschaftspolitik und Industrie argwöhnisch beäugten Discounthäusern ist eine Entwicklung zu verzeichnen.

Hans Küppers und Arnold Witte bringen zwei Unternehmensideen zusammen, die auf den ersten Blick absolut widersprüchlich erscheinen: Sie kombinieren die **altbewährte Genossenschaftsidee** mit der frischen, ungestümen Idee des **Discounthandels**. Doch ausgerechnet die aggressiven, den Konkurrenzkampf suchenden Discounter zusammen in einem genossenschaftlichen Bündnis? Das können sich zu dieser Zeit viele nicht vorstellen.

Sechzig Jahre später können wir den Herren nur zu ihrer grandiosen Idee gratulieren, denn sie legte den **Grundstein** für die heutige „FÜR SIE“.





8. APRIL 1961

Hans Küppers, Inhaber von zwei Discounthäusern in Mönchengladbach, gibt am 8. April 1961 den **Anstoß zur Gründung einer Discounthauskette**. Mehr als 180 Groß- und Einzelhändler aus dem gesamten Bundesgebiet bekunden ihr Interesse.

JULI UND AUGUST 1961

Unter der Leitung von Arnold Witte als Geschäftsführer der freiwilligen Discountergruppe „FÜR SIE“ beginnt die erste Zusammenarbeit mit rund **15 Mitgliedsfirmen**.

SEPTEMBER 1962

Der Kreis der Interessenten wächst ständig. Der Gruppe gehören bereits **132 Mitglieder** mit über 200 Niederlassungen an. Nahezu jede Woche eröffnen mindestens zwei „FÜR SIE“-Discounters im Bundesgebiet. Die Umsatzerwartungen liegen bei 150 Mio. DM.



FÜR SIE Discountmarkt

NOVEMBER 1962

Dem ersten losen Zusammenschluss (Interessengemeinschaft) folgt die **Gründung der „FÜR SIE“-DISCOUNT eGmbH** und des Verbands Deutscher Discounthäuser e. V. Krefeld.

JANUAR 1963

Die Genossenschaft nimmt am 2. Januar 1963 ihre geschäftliche Tätigkeit auf.

APRIL 1963

Fast alle Mitglieder der ehemaligen freiwilligen Discountergruppe sind Mitglieder der Genossenschaft geworden. Sie zählt jetzt **140 Mitglieder** mit 260 Niederlassungen. Die Umsatzerwartungen liegen bei 250 Mio. DM.

MAI 1963

Hans Küppers, geschäftsführendes Vorstandsmitglied und Gründer der freiwilligen Discountergruppe „FÜR SIE“, verunglückt am 30. Mai 1963 **tödlich**. Die **Discountidee** in Deutschland wird in erster Linie auf ihn zurückgeführt.

Hans Kohlsmann wird an der Stelle von Hans Küppers in den Vorstand berufen. Er ist im Gegensatz zu Küppers ehrenamtlich tätig.



Hans Küppers, Gründer und Vorstand



Arnold Witte, Mitbegründer und Vorstand

AUGUST UND SEPTEMBER 1963

Der Verwaltungssitz der Genossenschaft wird aus wirtschaftlichen und verkehrstechnischen Erwägungen **von Mönchengladbach nach Köln**, Hansaring 17, verlegt.

JUNI 1964

25 Mitglieder der Genossenschaft nehmen an einer **Fachstudienreise in die USA** teil, um dort moderne **Marktmethoden** zu studieren.

Fachstudienreise in die USA



Das Discounthaus im Bus – so können auch Menschen auf dem Land von dem Angebot profitieren.

SEPTEMBER 1964

Am 21. September 1964 findet in Köln die **erste Generalversammlung** statt. Das Geschäftsjahr wird vom 1. Oktober bis 30. September des darauffolgenden Jahres festgelegt. Die Genossenschaft zählt jetzt **144 Mitglieder** mit circa 300 Niederlassungen. Die Umsatzerwartungen liegen bei 400 Mio. DM.

FEBRUAR 1965

Es erfolgt die **Einführung von Zentral-Inkasso** und die **Übernahme des Delkredere**. Eine Vergütung aus den Zentral-Inkasso-Umsätzen von 0,5 % in jährlicher Abrechnung wird beschlossen.

SEPTEMBER 1966

Bis zum 30. September sind die Zentral-Inkasso-Umsätze erneut um mehr als 100 % angestiegen. Am Ende des Geschäftsjahres gehören der Genossenschaft **161 Mitglieder** mit etwa 450 Niederlassungen an. Die Umsatzerwartungen belaufen sich auf 700 Mio. DM.

1966

Aufgrund vieler **gerichtlicher Auseinandersetzungen** sind im kompletten Jahr 1966 **erhebliche Einbrüche** in der Preisbindung zu verzeichnen. Hiervon sind besonders Süßwaren, Spirituosen, Wasch- und Putzmittel etc. betroffen. Regionale Einkaufssitzungen in Nord- und Süddeutschland werden verstärkt aufgenommen.



MÄRZ 1967

Am 29. März 1967 wird als **weiteres geschäftsführendes Vorstandsmitglied Dipl.-Kfm. Karl Heinz Schwolle** in den Vorstand berufen.

SEPTEMBER 1967

Im September führt der Verband Deutscher Discounthäuser e. V. erneut **Fachstudienreisen nach Schweden und nach Nordamerika** durch. Teil der 16-tägigen Amerika-Reise sind unter anderem die Besichtigung der „Discount Basement Operation“ des Kaufhauses Filene's in Boston, die unterirdische Stadt „Place Ville Marie“ in Montreal, eine Bustour durch US-amerikanische Kleinstädte und der Besuch des Kaufhauses E. J. Korvette an der Fifth Avenue in New York.

Der **Geschäftsabschluss** am 30. September 1967 weist erneut eine **Verdopplung** der Zentral-Inkasso-Umsätze auf.

1968

Der Inkasso-Umsatz erreicht 50 Mio. DM. Der Einzelhandelsumsatz der Mitglieder nähert sich der Milliardengrenze.

1969

Im Zentral-Inkasso wird die Zahl von 100 Mio. DM überschritten. Die Genossenschaft vergütet ihren Mitgliedern als Anreizprämie rund 700 000 DM.

1970–1971

Zur Stärkung im Markt wird eine **Zusammenarbeit** angestrebt mit der **Rheinsüwa eGmbH** aus Köln, einem genossenschaftlichen Zusammenschluss von Süßwaren-Großhändlern, und als **gemeinsame Tochter wird die FINDAB GmbH & Co. KG** (Gesellschaft für Finanzierungsberatung und Datenverarbeitung) **gegründet**.

1970 können bereits 1,3 Mio. DM als genossenschaftliche Anreizprämie ausgeschüttet werden. Im Jahr 1971 steigt diese Zahl auf 2,4 Mio. DM.

Aufgrund **unterschiedlicher Geschäftsentwicklung** wird die gemeinsame **Tätigkeit** mit der Rheinsüwa eGmbH in der FINDAB **beendet**.

Der Inkasso-Umsatz klettert auf 250 Mio. DM.

1973

Da noch immer Teile der Markenartikelindustrie erhebliche Vorbehalte gegen „Discount“ haben und keine Verträge mit der „FÜR SIE“ abschließen wollen, braucht die „FÜR SIE“ für weiteres **Wachstum** einen **Kooperationspartner**. Dieser wird 1973 in der **REWE** gefunden. Im August wird die Zusammenarbeit mit den REWE-Zentralorganisationen aufgenommen. Die Zahl der Vertragslieferanten erweitert sich dadurch von 1.500 auf 4.000, insbesondere auch Hersteller aus dem Markenartikelbereich.

Der Abrechnungsumsatz steigt auf über 300 Mio. DM. Die ausgeschüttete Anreizprämie steigt von 2,8 Mio. DM (1972) auf 3,4 Mio. DM an.



1975

Arnold Witte, Mitbegründer und Vorstand seit der Gründung der „FÜR SIE“, scheidet zum 31.12.1975 aus. Im **Vorstand** sind nunmehr **Frau Edda Neuberger und Armin Lütticke**.

Das waren die Anfänge: Verkaufsstätten waren Hinterhöfe, Lagerhäuser, Fabriken und Kinosäle.

1977

Die folgenden Jahre bringen überproportionale Steigerungen beim Inkasso-Umsatz und den ausgeschütteten Anreizprämien. 1978 überschreiten die Gesamtleistungen der Genossenschaft an ihre Mitglieder die 10-Millionen-Grenze; der Inkasso-Umsatz beträgt 770 Mio. DM.

Nach dem Ausscheiden von Armin Lütticke Ende 1977 **übernimmt Gerhard Müller** ab dem 01. Januar 1978 das **Vorstandsamt**. Als langjähriges Mitglied mit eigenen Märkten und als Aufsichtsratsvorsitzender seit dem 24. Mai 1976 gewährleistet er die erfolgreiche Weiterentwicklung der Genossenschaft.

1981

Der Umsatz wird auf 900 Mio. DM Inkasso-Umsatz gesteigert. Die Anreizprämie erhöht sich im Jahr 1981 um 25 % auf 13,5 Mio. DM. Die Gesamtsumme der genossenschaftlichen Vergütungen beläuft sich auf 18,1 Mio. DM. Dies entspricht einer Durchschnittsvergütung von 2,2 % auf den gesamten Inkasso-Umsatz.

1982–1984

Diese Jahre prägt eine erhebliche Ausweitung durch den Zugang von Hertie sowie von Fleischer-genossenschaften, Drogeriemärkten und Apothekergenossenschaften.

1982 erfolgt die **Umbenennung** in „FÜR SIE“ Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food. Der Inkasso-Umsatz erreicht 1982 1,32 Mrd. DM, im Jahr 1983 1,5 Mrd. DM und 1984 bereits 1,56 Mrd. DM.

Zur **Stärkung der Marktposition** wird die Gründung einer **Tochtergesellschaft** mit eigenen warenauswirtschaftlichen Aktivitäten diskutiert. Verschiedene Mitglieder haben Zweifel an der Umsetzung dieser Überlegungen und sprechen Ende des Jahres 1983 die Kündigung ihrer Mitgliedschaft zum 31. Dezember 1984 aus.

Im Herbst 1984 erfolgt mit Beteiligung der REWE-Zentrale die **Gründung der REWE-FÜR SIE Warenvertriebsgesellschaft mbH**. Diese bietet bereits im Rumpfgeschäftsjahr 1984 Zusatzvorteile für ihre Mitglieder in Höhe von 400.000 DM.

1985

Frau Edda Neuberger scheidet aus dem Vorstand aus. **Walter Burr** (stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender) wird vorübergehend in den **Vorstand** entsandt.

1986

Im Jahr 1986 wird eine weitere Genossenschaft, die ZENTRAG (Zentralgenossenschaft des Fleischer-gewerbes eG), Mitglied. Anstelle von Walter Burr wird **Dr. Klaus Burghard**, Justiziar seit 1972, in den **Vorstand** berufen.

Die Gesamtausschüttungen der „FÜR SIE“ betragen 1986 bei einem Inkasso-Umsatz von 1.063.433 Mio. DM 20,9 Mio. DM – das entspricht einer Durchschnittsvergütung auf den Inkasso-Umsatz von 2,11 %. Die Leistungen der REWE-FÜR SIE Warenvertriebsgesellschaft mbH ergeben einen weiteren Zusatznutzen von 3,4 Mio. DM.

1987

Die „FÜR SIE“ Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food, gegründet als „FÜR SIE“-Discount eGmbH, **besteht 25 Jahre!** Der Verlauf des Jahres 1987 ist positiv: Die REWE-FÜR SIE Warenvertriebsgesellschaft mbH hat sich im Markt durchgesetzt und erbringt ihren Gesellschaftern weitere zusätzliche Vorteile. Der Kooperationspartner REWE kündigt für 1988 erhebliche Verbesserungen seines Konditionensystems an.



25 Jahre „FÜR SIE“ eG, Vorstand und Aufsichtsrat der „FÜR SIE“ (von links nach rechts): Emil Netzhammer, Werner Seger, Walter Burr, Gert Wiltschek (Poster), Gerhard Müller, Walter Schmitz, Dr. Peter Schneider, Dr. Klaus Burghard, Heinz Plum, Günter Dörfling und Arnold Witte als Gast

1990

Zur Erschließung des Waren- geschäfts im Bereich Getränke erfolgt die **Gründung der REWE-FÜR SIE Getränkefachvertrieb GmbH**. Diese wird 1993 in die REWE-FÜR SIE Warenvertriebsge- sellschaft mbH eingegliedert.

1994

Die FÜR SIE GV-Group wird als Reaktion auf Strukturverände- rungen im Großverbraucher- Markt gegründet.

1996

Die FÜR SIE Lebensmittelhandel- Verwaltungsgesellschaft mbH begründet unter der Dachmarke „PRO FRISCH“ einen **neuen Geschäftszweig als nationaler Anbieter und Abrechner** für Hotel-Gruppen, Caterer und Sys- temgastronomie.

1997

Die „FÜR SIE“ überträgt ihr restliches Warengeschäft auf die REWE-FÜR SIE Warenver- triebsgesellschaft mbH. Dies führt zu **Kosteneinsparungen bei gleichzeitiger Intensivierung** des Warengeschäftes.

1998

Durch den Erwerb der EDP Europäische Drogerie- und Parfü- merie-Einkaufsgesellschaft mbH, der COIFFEUR-Vertriebsgesell- schaft für Friseurbedarf mbH, der Rondo Vermarktungsgesellschaft für Markenrechte mbH sowie der GESKO Zentralregulierung GmbH (heute: FÜR SIE Zentral- regulierung GmbH) **erweitert die FÜR SIE Handelsgruppe ihre Vertriebsparten** um die Berei- che Drogerie-/Parfümerie sowie Friseurbedarfs-großhandel.

Den **Vorstand** vertreten **Dr. Klaus Burghard und Gotthard Blassnig**.

1999

In der REWE-Gruppe findet ein Umdenken statt und man be- ginnt mit der Umsteuerung der Flächenexpansion. Der Kampf der Handelsriesen und Filialisten um Marktanteile geht weiter. Vor allem die kleineren Läden können hier nicht mithalten.

Die „FÜR SIE“ schafft es, eine über dem Markt liegende Zu- wachsrate zu erzielen: Die Um- satzsteigerung beträgt 67 %.

2000

Die REWE-FÜR SIE Eigengeschäft GmbH (vormals REWE-FÜR SIE Getränkefachvertrieb GmbH) baut das **Eigengeschäft mit Spiri- tuosen und Molkereiprodukten** auf.



Artur Rogoszynski, Dr. Klaus Burghard, Frank Morgenstern und Gotthard Blassnig

2002

Das FÜR SIE Net (**Extranet**) wird in Betrieb genommen. Es wird in den folgenden Jahren unverzicht- barer Bestandteil des **Leistungs- portfolios** der „FÜR SIE“.

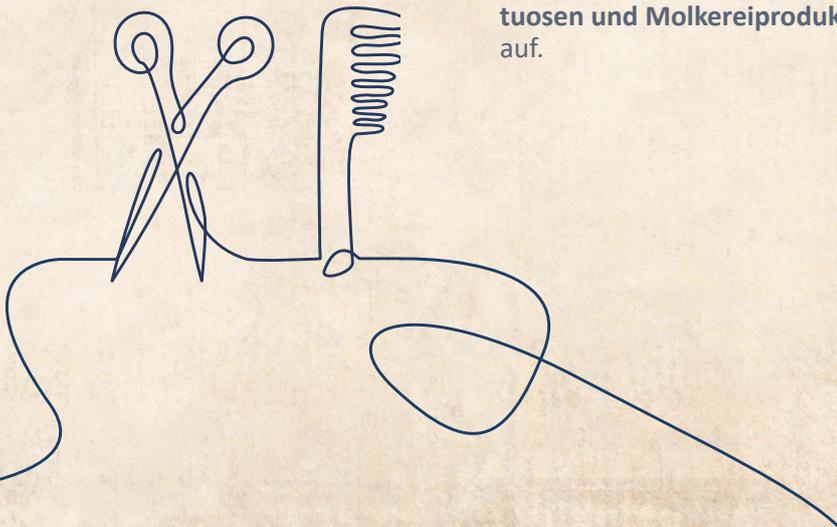
2003

Den **Vorstand** inne haben **Dr. Klaus Burghard, Gotthard Blass- nig und Artur Rogoszynski**.

Gründung der TAP die neutrale Handelsplattform gemeinsam mit GEVA und GES eG.

2004

Frank Morgenstern wird am 14.01.2004 neuer **Vorstand** (als Ersatz für Gotthard Blassnig).





2005

Gemeinsam mit der REWE wird die **Bio-Konzept Gesellschaft** für die Entwicklung und Betreibung von Bio-Fachmärkten mbH gegründet. Die ersten beiden Vierlinden-Biosupermärkte eröffnen in Düsseldorf und Köln.

Die FÜR SIE **Lebensmittelhandel-Verwaltungsgesellschaft mbH (LHV)** startet die Belieferung von REWE-Märkten mit Mehrweggetränken, zunächst in den Regionen Nord und Ost. Die Lieferung wird von Mitgliedern der Kooperationspartner ausgeführt. Die FÜR SIE Handelsgruppe bietet damit für ihre Partner im Einzelhandel und Getränkefachgroßhandel **erstmalig eine Dienstleistung aus eigener Hand** an.



Der **Geschäftsbereich PRO FRISCH** innerhalb der Lebensmittelhandel-Verwaltungsgesellschaft mbH (LHV) **wandelt** seinen vertriebs- und warenwirtschaftlichen **Charakter** und wird zur **Dienstleistungsorganisation**. Er unterstützt die von Mitgliedern der „FÜR SIE“ gegründete Betriebsgesellschaft zur Belieferung von Großverbrauchern.

Die zur Getränke-Ring Gruppe gehörende Marketing Ring GmbH wird Mitglied der „FÜR SIE“. Gleichzeitig erweitert sie die bestehende Kooperation mit der GEVA. Durch diesen Zusammenschluss entsteht eine Allianz der bedeutendsten Verbundgruppen im deutschen Getränkemarkt.



2006

Preiskämpfe in allen erdenklichen Warengruppen, stark wachsende Verkaufsflächen (+ 1,4 Mio. qm) insbesondere bei den Discountern und ein fortschreitendes Vordringen von Aldi, Lidl und Co. auch in qualitativ hochwertige Warengruppen machen es den Mitgliedern schwer, eine auskömmliche Spanne zu generieren.



2008

Mit Anheuser-Busch InBev wird der weltgrößte Brauereikonzern verrechnet.

Die „FÜR SIE“ zieht sich **aus dem Bio-Einzelhandelsgeschäft zurück** und verkauft ihre Geschäftsanteile an der Bio-Konzept an REWE.





2009

Die **REWE-FÜR SIE Getränkevermarktungs- und Einkaufsgesellschaft mbH (GVG)** startet ihr operatives Geschäft mit der Betreuung von rund 800 Getränkemärkten und mit 400 Mio. € Umsatz.

Durch Erneuerung und Erweiterung des Kooperationsvertrages, der unter anderem eine persönliche Vernetzung in den obersten Führungs- und Aufsichtsgremien vorsieht, manifestieren FÜR SIE und Getränke-Ring ihre Absicht der langfristigen partnerschaftlichen Zusammenarbeit.



2010

Die FÜR SIE Handelsgruppe erweitert das Angebot der Bezugsmöglichkeiten aus Warenlagern: Durch eine entsprechende **vereinbarung** mit der REWE Markt GmbH können **Anschlusshäuser** der FÜR SIE Handelsgruppe **auf Sortimente der REWE-Zentralläger zurückgreifen**, einschließlich der Artikel der REWE-Eigenmarke „ja“. Die Zusammenarbeit mit Lekkerland ermöglicht einen besonders feinkommissionierten Warenbezug. Schließlich errichtet die RFS in Kooperation mit der Esüdro Einkaufsgesellschaft Deutscher Drogisten AG, die das Lager betreibt, ein eigenes Drogeriewarenlager.

2011

Die FÜR SIE Handelsgruppe erzielt erstmalig seit ihrem Bestehen mehr als **2 Mrd. € Umsatz** (Nettowarenwert, inkl. LHV).

Aufgrund nachhaltiger **Differenzen** in wesentlichen strategischen Fragen der Zukunftsgestaltung **beendet** die „FÜR SIE“ die **Kooperation** mit der Getränke-Ring eG.

Zur Bündelung der Einkaufsaktivitäten der Coiffeur-Marketing-Company-Mitglieder sowie zur Optimierung der Eigenmarkenstrategie wird die **CMC Coiffeur Marketing Company GmbH gegründet**. Beteiligt an der Gesellschaft sind die Coiffeur sowie die Mitglieder der CMC. Durch diesen Schritt ist es gelungen, die Marktbedeutung und damit die Zukunftsfähigkeit der CMC-Mitglieder nachhaltig zu stärken.

Aus Gründen der organisatorischen Optimierung wird die **EDP auf die FÜR SIE Zentralregulierung GmbH verschmolzen**.

Die **LHV** startet die **Belieferung** der REWE West mit **Mehrweggetränken**. Damit wird die LHV in sämtlichen REWE-Regionen sowie für TOOM als Streckenlieferant eingesetzt. Sie ist größter Einzellieferant der REWE Group.

2012

Die „FÜR SIE“ feiert das **50-jährige Jubiläum** ihres Bestehens.

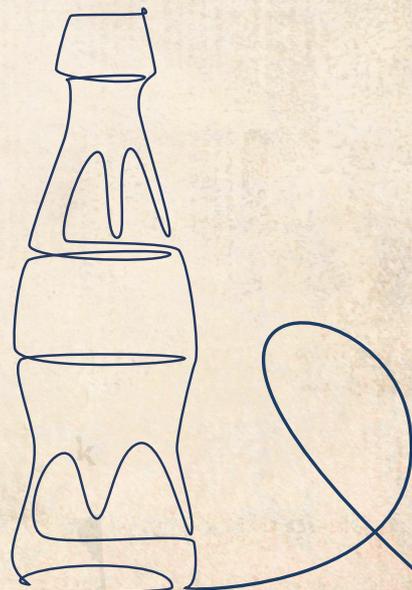
Die Insolvenz der Getränke Ring-Gruppe erschüttert die gesamte Getränke-Branche. Aufgrund einer seriösen Risiko- und Geschäftspolitik zeigt sich die „FÜR SIE“ hält sich aber das Risiko für die „FÜR SIE“ in begrenztem Rahmen.

Nach Insolvenz der Ihr Platz GmbH & Co. KG (Osnabrück) **erwirbt die „FÜR SIE“ die Marke „Ihr Platz“**. Zugleich baut sie für die ehemaligen Ihr Platz-Franchisenehmer eine neue Systemzentrale auf und gründet hierzu die Ihr Platz-FÜR SIE GmbH.

50 Jahre Auf- und Ausbau des Leistungsspektrums machen sich auch in der Anzahl derjenigen bemerkbar, die diese Leistungen erbringen: Die Zahl der bei der FÜR SIE Handelsgruppe beschäftigten **Mitarbeiter*innen** wächst erstmals in ihrer Geschichte **auf 100 Personen** an.

2013

Das Projekt **Intranet** bei der „FÜR SIE“ startet.



2014

Silke Rösler wird designiertes **Vorstandsmitglied**.

Mit dem Warenkreditversicherer wird eine **Einigung** erzielt. Die RZF erteilt in Folge der Getränke-Ring Insolvenz der FÜR SIE eine Geldempfangsvollmacht.

2015

Das langjährige Vorstandsduo der „FÜR SIE“, Frank Morgenstern und Artur Rogoszynski, tritt zum 31. Mai 2015 zurück. Das verbleibende Vorstandsmitglied **Frau Rösler** wird interimsmäßig **durch Herrn Hartig und Herrn Dr. Küssner** aus dem **Aufsichtsrat** unterstützt.

„FÜR SIE“ und REWE analysieren und planen die vollständige Neuausrichtung ihrer Zusammenarbeit. Die „FÜR SIE“ nimmt dies zum Anlass, ihre Geschäftsfelder sowie ihre gesamte Innenorganisation auf den Prüfstand zu stellen.

Thorsten Schön wird neuer hauptamtlicher Geschäftsführer der GVG. Herr Walter Steffens wird als nebenamtlicher Geschäftsführer der GVG bestellt.

Die GVG startet mit dem Vermarktungskonzept **„DIE GETRÄNKEKÖNNER“ für Getränkeabholmärkte**.

Das langjährige Aufsichtsratsmitglied **Heinz-Werner Satter** wird in Nachfolge von Klaus Birtel neuer **Aufsichtsratschef** der FÜR SIE.

DIE GETRÄNKE KÖNNER

2016

Herr Dr. Küssner wird mit Wirkung zum 01. September 2016 hauptamtlicher **Vorstandssprecher** der „FÜR SIE“; **Herr Hartig scheidet** altersbedingt aus dem Vorstand **aus**.

Die „FÜR SIE“ **baut** einen **Vertriebsinnen- und einen Vertriebsaußendienst auf**, um eine bessere Mitgliederbetreuung zu gewährleisten. Zentralregelungskonditionen werden nunmehr ausschließlich über die „FÜR SIE“ abgewickelt. Der Einkauf für die FÜR SIE Handelsguppe wird auf die REWE Group Buying GmbH übertragen.

Die „FÜR SIE“ beginnt mit der Umstellung von einer reinen Zentralregulierung auf eine **Zentralfakturierung**. Die RFS geht in die REWE-FÜR SIE Eigengeschäft GmbH (RFE) auf. Zugleich wird das Eigengeschäft der RFE als **Streckengeschäft wiederbelebt** und massiv ausgebaut. Mitglieder der „FÜR SIE“ sollen Waren zu einem Netto-Netto-Preis beziehen können, der bereits nachträgliche Vergütungen be-

rücksichtigt. Zu diesem Zweck wird in der RFE eine Abteilung Kalkulation etabliert und ein **Kundenportal** entwickelt, über das die Mitglieder ihre Bestellung vornehmen können.

Das **Franchisegeschäft** der Ihr Platz-FÜR SIE GmbH wird zum 31. Dezember 2016 **eingestellt**. Frühere Franchisepartner können die Marke „Ihr Platz“ gegen eine Markennutzungsgebühr weiter verwenden.

2017

Die FÜR SIE eG **beteiligt** sich mit einem Anteil von 33 % an der **BONEVA** Craftinnovation GmbH, einem Vertriebsunternehmen für Craft-Bier und Spirituosenspezialitäten.

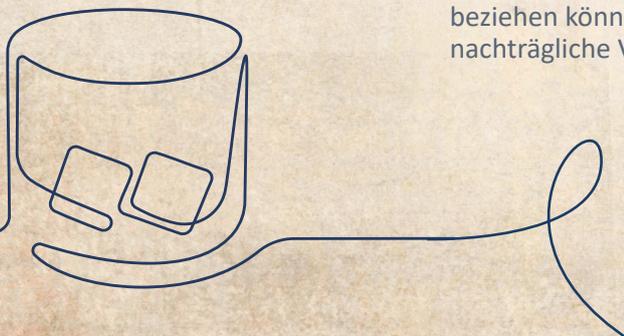
Das Vermarktungskonzept der GVG **„Getränkemarkt der Zukunft“ (GDZ)** wird erheblich ausgebaut.

Wechsel in der Geschäftsführung der LHV: Der langjährige Geschäftsführer der LHV, Henry Krügers, scheidet aus Altersgründen aus der Gesellschaft aus. Neuer Geschäftsführer wird Sven Heiser.

2018

Die „FÜR SIE“ startet mit dem **Projekt Payback**, um den GVG Vermarktungspartnern eines der wichtigsten Kundenbindungsprogramme anbieten zu können.

Der Rechtsstreit mit dem Insolvenzverwalter der Getränke-Ring eG wird mit einem gerichtlichen Vergleich beendet. Damit ist das



Kapitel Getränke-Ring eG endgültig abgeschlossen.

Zudem scheidet die „FÜR SIE“ mit Wirkung zum 31.12.2018 aus der „TAP - die neutrale Handelsplattform“ als Gesellschafter aus.

2019

Die **FÜR SIE Direkt Handelsgesellschaft mbH** wird gegründet, um Kunden Waren anzubieten, die nicht an der Zentralregulierung der FÜR SIE Handelsgruppe teilnehmen.

Die **Ihr Platz-FÜR SIE GmbH** erhält eine **neue Funktion** und wird in **FÜR SIE Getränkevermarktung KOMPAKT GmbH umbenannt**: Die Gesellschaft verhandelt Vermarktungskonditionen für die **Betreiber von B- und C-Getränkabholmärkten**.

Veränderungen zeigen sich auch in der Geschäftsführung der FÜR SIE Handelsgruppe: Niklas Müller wird Geschäftsführer der GVG, Christian Zeitz wird Geschäftsführer der LHV.

Im Rahmen des Projektes EWER der REWE Group tauscht die FÜR SIE eG ihre Aktien der REWE Zentral AG in zusätzliche Genossenschaftsanteile der REWE Zentralfinanz eG.

Die „FÜR SIE“ beteiligt sich mit den weiteren Hauptgenossenschaften der REWE mittelbar über eine Immobilienbeteiligungsgesellschaft am Immobilienvermögen der REWE.

Die „FÜR SIE“ etabliert erneut einen **eigenen Einkauf** zur Verhandlung von Vermarktungs-

konditionen in ausgewählten Warenbereichen.

Der Vertrieb im Bereich Food nimmt Fahrt auf: Noch nie konnten so viele neue **Anschluss Häuser** in einem Jahr für eine Zusammenarbeit mit der FÜR SIE Handelsgruppe in Zentralregulierung und Eigengeschäft gewonnen werden.

2020

Der Ausbruch der **Corona-Pandemie** stellt die FÜR SIE Handelsgruppe und ihre Anschlusshäuser vor erhebliche wirtschaftliche und organisatorische Herausforderungen. Sie unterstützt ihre Anschlusshäuser durch die Gewährung von Zahlungszielen bei der Bewältigung der wirtschaftlichen Folgen der Pandemie. Die „FÜR SIE“ stellt sich auf die Pandemie – wie viele andere Unternehmen – organisatorisch mit Kurzarbeit und Homeoffice ein.

Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen setzt die „FÜR SIE“ ihre Akquisitionsanstrengungen unvermindert fort und laufende Projekte **erfolgreich** um. Payback wird bei den GVG-Vermarktungspartnern ausgerollt.

Die „FÜR SIE“ bindet ihre genossenschaftlichen Mitglieder wieder verstärkt in die operative Arbeit der Genossenschaft ein. Die Stärkung der Zusammenarbeit mit den Mitgliedern wird

in dem Programm FÜR SIE 2.0 manifestiert.

Gegen Ende des Geschäftsjahres erfolgt eine Veränderung in der Führung der FÜR SIE Handelsgruppe: Silke Rösler scheidet als Mitglied des **Vorstands** der „FÜR SIE“ und als Geschäftsführerin in Tochtergesellschaften aus; **Walter Steffens** tritt an ihre Stelle.

2021

Der **Umsatz** der FÜR SIE Handelsgruppe kann trotz der pandemiebedingten Einschränkungen auf den **Rekordwert von 2,53 Mrd. €** gesteigert werden. Das Jahresergebnis nach Steuern aller Konzerngesellschaften liegt bei 2,6 Mio. €.

Der Aufsichtsratsvorsitzende der FÜR SIE Heinz-Werner Satter tritt in den Ruhestand. Zum neuen **Aufsichtsratsvorsitzenden** wird **Bernd Christiansen** gewählt.

Die FÜR SIE **investiert** in die Modernisierung ihrer IT-Systeme, wesentliche Projekte sind eine neue D3FO-IT-Plattform für die LHV, die Weiterentwicklung des Payback-Systems und des Kundenportals.

Die FÜR SIE veranstaltet erstmalig eine virtuelle Großhandelsmesse.

Zahl der **FÜR SIE-Mitglieder** steigt auf **220**.



Mitglieder ZUGEHÖRIGKEIT



10 JAHRE

**Meyhöfer Meat and More,
Inh. André Meyhöfer**

Droßlingstraße 14
46244 Bottrop
Zulassungstag 23.04.2012

15 JAHRE

**Fako-M Westfalen-Lippe
Getränke GmbH**

Hafenstraße 117
59067 Hamm
Zulassungstag 09.01.2007

Getränke-Power Logistik GmbH

Industriegebiet Süd E 1
63755 Alzenau
Zulassungstag 03.05.2007

Getränke Ziegler GmbH

Bräunleinsberg 2
91242 Ottensoos
Zulassungstag 09.01.2007

Rohrer Getränkevertrieb GmbH

Rotes Tal 2
98530 Rohr
Zulassungstag 17.04.2007



20 JAHRE

EK/servicegroup eG

Elpke 109
33605 Bielefeld
Zulassungstag 28.05.2002

Fohsack Getränke GmbH

Moorkampsweg 15
25474 Ellerbek
Zulassungstag 18.03.2002

Getränkehaus Plöchl GmbH & Co. KG

Klingenbrunner Str. 13 a
94261 Kirchdorf im Wald
Zulassungstag 07.01.2002

Kaufhaus Martin Stolz GmbH

Am Markt 2-6
23769 Fehmarn OT Burg
Zulassungstag 06.02.2002

25 JAHRE

Christel Knoll Vertriebsservice GmbH

Untermarxgrüner Str. 27
08527 Plauen
Zulassungstag 24.02.1997

30 JAHRE

F. Täuber GmbH & Co. KG

Rudolf-Diesel-Straße 4
91413 Neustadt an der Aisch
Zulassungstag 19.02.1992

Wir gratulieren
Ihnen herzlich und
bedanken uns für Ihr
Vertrauen und die
großartige Zusam-
menarbeit!



Hela
Gewürz Ketchup, 10 kg
delikat oder scharf

UNGLAUBLICHE 60 JAHRE FÜR SIE

Auch in herausfordernden Zeiten gibt es Lichtblicke und Gründe zur Freude. Einer dieser Gründe ist unser **60. Geburtstag** in diesem Jahr!

Egal ob Gründungsmitglied oder Neukunde: Sie alle haben dazu beigetragen und machen es möglich, dass sich die FÜR SIE zu einem starken Partner entwickelt hat und stetig weiterentwickeln kann.

Dafür möchten wir uns herzlich bei Ihnen bedanken. In unserem Geburtstagsflyer finden Sie unsere **exklusiven Geburtstagsangebote**. Wir freuen uns auf Ihre Bestellungen und auf eine weiterhin erfolgreiche und partnerschaftliche Zusammenarbeit!



SALOMON FoodWorld®
Giant Burger à 180 g, 5,04 kg



Unsere Geburtstagsangebote

Diese Angebote und mehr erwarten Sie in unserem Geburtstagsflyer.

Noch gültig bis zum **31.08.2022**

Henkell Sekt, 0,75 l div. Sorten



Frischli Küchen-Profi-Sahne 15 % und 20 %



Plant

Based



Ist Ihnen in den Supermarktregalen und auf den Speisekarten auch schon die immer größer werdende Auswahl an pflanzlichen Alternativprodukten aufgefallen?

Neben der Soja-Milch reihen sich inzwischen auch **Milchalternativen aus Erbsen, Hafer und Reis** ein. Etwas weiter im Kühlregal stoßen Sie neben dem klassischen Fleischersatz Tofu nun auch auf **Fleischersatzprodukte aus verschiedenen Gemüsesorten oder aus Hülsenfrüchten**.

Auch die Gastronom:innen setzen immer häufiger fleischfreie Gerichte auf ihre Speisekarten – Tendenz steigend! Ein Grund für diese Entwicklung ist die **Ernährungsform plant-based**.

Plant-based heißt übersetzt „**pflanzenbasiert**“. Diese Art der Ernährung weist viele Parallelen zum Veganismus auf, unterscheidet sich jedoch in einem Punkt deutlich von ihm: Während Veganer:innen komplett auf den Verzehr von Produkten tierischen Ursprungs verzichten, ernähren sich die Anhänger:innen von Plant-based food ab und an von Fleisch, Eiern, Milch oder Honig.

Der bewusste Genuss statt Verzicht steht hier im Vordergrund. **Tierische Produkte werden nur verzehrt, wenn eine verantwortungsvolle Haltung** gewährleistet und die Herkunft der Nahrungsmittel transparent ist. Zudem werden vor allem **unbehandelte und natürliche sowie saisonale Lebensmittel** bevorzugt.

Auf Exoten, welche aufwendig importiert werden müssen, wird komplett verzichtet, da sich die lange Reise der Produkte auf die Qualität und den Geschmack niederschlägt. Vor allem aber wirkt sich der lange Transportweg negativ auf die Umwelt und das Klima aus. Regionale und unbehandelte Lebensmittel stehen daher ganz oben auf der Einkaufsliste bei der Plant-based-Ernährung.

Gesund ist eine pflanzenbasierte Ernährung auch für unseren Körper. So versorgen uns Gemüse, Hülsenfrüchte und Vollkornprodukte mit wichtigen **Ballaststoffen**. Nüsse und Samen enthalten hilfreiche **Öle**; Früchte bieten **Vitamine und Mineralstoffe**. Sich auf pflanzlicher Basis zu ernäh-

ren, gestaltet sich abwechslungsreich und liefert unserem Körper wertvolle Nährstoffe. Daher lässt sich diese Ernährungsform auch optimal mit dem Streben nach gesundem Konsum vereinbaren. Auch der steigende Wunsch nach klimafreundlichen Lösungen sowie die Sorge um das Tierwohl werden bei Plant-based-Produkten berücksichtigt und in Einklang gebracht.



Aktuell steht die Frage einer **Mehrwertsteuersenkung beziehungsweise sogar -streichung für pflanzenbasierte Produkte im Raum**. Sozialverbände, Verbraucherzentralen sowie der Bundesagrarminister stehen diesem Vorschlag positiv gegenüber.

Grund für den Anstoß der Debatte sind die immer weiter steigenden Preise von Grundnahrungsmitteln seit Beginn des **Angriffskriegs auf die Ukraine**. Viele Menschen in Deutschland können sich die Lebensmittel kaum noch leisten.

Die Inflationsrate steigt und mit ihr steigen die Lebensmittelpreise. Eine Mehrwertsteuersenkung oder gar -streichung für Obst und Gemüse würde die Verbraucher:innen finanziell deutlich **entlasten**, eine gesunde Ernährung fördern und ebenso eine klimafreundliche Produktion stärken.

Ob eine Mehrwertsteuersenkung beziehungsweise -streichung auf pflanzenbasierte Lebensmittel wirklich durchgesetzt wird, fällt schließlich in die Zuständigkeit des Finanzministeriums.





Zahlen. Daten. Fakten.

Der Markt für pflanzenbasierte Produkte bietet ein **enormes Wachstumspotenzial**, denn die Ideen für diese Lebensmittel sind noch lange nicht ausgeschöpft.

Neue Zutaten, andere Herstellungsverfahren und technische Innovationen öffnen Unternehmen den Raum für kreative und leckere neue Artikel. Auch der

Konsum sowie der Umsatz von pflanzenbasierten Produkten wird in den kommenden Jahren immer weiter zunehmen. Die **steigende Relevanz von Gütesiegeln** beim Einkaufen zeigt, dass das Bewusstsein für die Inhaltsstoffe und Umweltbedingungen von Produkten beträchtlich zugenommen hat – ganz nach dem Motto: bewusster Genuss!

Produktion Fleischersatzprodukte

2020	2021
83.700 Tonnen	97.900 Tonnen = plus ca. 17 Prozent

Prognostizierter Umsatz mit Fleisch und Fleischersatzprodukten weltweit bis 2040 in Mrd. US-Dollar:

Konventionelles Fleisch	Vegane Fleischprodukte
Jahr 2025: 1080	Jahr 2025: 120
Jahr 2040: 720	Jahr 2040: 450

Konsumhäufigkeit von Fleischalternativen in Deutschland (Personen ab 14 Jahren):

Täglich	Mehrmals pro Woche
Jahr 2020: 70.000	Jahr 2020: 1.000.000
Jahr 2021: 420.000	Jahr 2021: 1.610.000

Relevanz folgender Gütesiegel beim Einkauf im Jahr 2021:

2020	2021
Regionalfenster	
n.a.	68 %
Bio-Siegel	
50 %	64 %
Siegel „Fairer Handel“	
49 %	57 %
Siegel für nachhaltige Fischerei	
47 %	56 %
Tierwohllabel	
48 %	55 %



Dieses Produkt stammt aus einem teilnehmenden Betrieb der





Coca-Cola



SO REGIONAL PRODUZIERT COCA-COLA IN DEUTSCHLAND

Das Zischen beim Öffnen einer Coca-Cola-Flasche kennen Menschen auf der ganzen Welt. Hergestellt werden die Getränke der Marke aber vor Ort – in Deutschland fast ausschließlich lokal in 14 Produktionsbetrieben in allen Regionen des Landes. 6.500 Mitarbeitende sind bei Coca-Cola in Deutschland beschäftigt.

DIE GEBURT EINER ERFRISCHENDEN IDEE

Im Jahr 1886 erfindet der amerikanische Arzt und Apotheker John S. Pemberton in Atlanta im Bundesstaat Georgia einen Sirup gegen Kopfschmerzen und Müdigkeit. Vermischt mit Sodawasser entsteht daraus ein erfrischendes Getränk: **Coca-Cola**. Pemberton ahnt zu diesem Zeitpunkt nicht, dass er das erfolgreichste Erfrischungsgetränk der Welt kreiert hat.

SEIT 1929 IN DEUTSCHLAND ABGEFÜLLT

Am 8. April 1929 wird in der „Essener Vertriebsgesellschaft für Naturgetränke“ die erste Flasche des berühmten Softdrinks in Deutschland abgefüllt. Schon jetzt erfrischt Coca-Cola bereits 43 Millionen Menschen in vielen Teilen der Welt. Eine halb automatische Füllmaschine bringt es dank der Geschicklichkeit des Personals auf bis zu **35 Kisten pro Stunde**. Zum Vergleich:

Die modernen Hochleistungsfüller von heute erreichen eine Stundenleistung von **über 3.000 Kisten**.



GROSSE GETRÄNKEVIELFALT

Heute bietet Coca-Cola in Deutschland rund 60 verschiedene Getränke an. Neben Limonaden gehören dazu auch Kaffee, Tee, Wasser, Schorlen, Sportgetränke und Energydrinks. Dabei gibt es zu fast allen Produkten auch eine kalorienfreie oder -arme Alternative: Etwa jedes dritte Getränk aus dem Hause Coca-Cola ist inzwischen zuckerfrei oder -reduziert.



BEI LÄNGEREN STRECKEN AUF DER SCHIENE UNTERWEGS

Bei Getränken oder Packungen, die nicht regional produziert und ausgeliefert werden können, setzt Coca-Cola seit mehreren Jahren auf die Bahn. So rollen beispielsweise die 0,4-Liter-Glas-Mehrwegflaschen aus Knetzgau, die 1-Liter-Glas-Mehrwegflaschen aus Deizisau oder die ViO Getränke aus Lüneburg über die Gleise.

IN DEN REGIONEN FEST VERANKERT

6.500 Mitarbeitende sorgen dafür, dass in den 14 Produktionsbetrieben von Coca-Cola hierzulande die Getränke sicher abgefüllt, verpackt und transportiert werden. Ob im schleswig-holsteinischen Mölln oder im bayerischen Fürstenfeldbruck – bei der Produktion wie auch bei der Auslieferung der Getränke gilt das Prinzip „regional“. In der Regel werden Kunden in einem Radius von bis zu 250 Kilometern rund um die Produktionsbetriebe beliefert.



ENGAGIERT FÜR MEHR NACHHALTIGKEIT

Sich einzubringen und Verantwortung zu übernehmen gehört zum Selbstverständnis des Unternehmens. Bis zum Jahr 2040 will Coca-Cola in Europa klimaneutral sein – und zwar entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Seit 2010 konnten die Emissionen in Deutschland um 40 Prozent reduziert werden. Das gelingt beispielsweise durch den Einsatz von grünem Strom in den Betrieben, durch die Umstellung der Dienstwagen auf Elektrofahrzeuge, durch die Investition in moderne Produktionsanlagen und durch eine nachhaltige Logistik mit kurzen Wegen.

Die COCA-COLA EUROPACIFIC PARTNERS DEUTSCHLAND GMBH (CCEP DE) ist mit einem Absatzvolumen von mehr als 3,5 Milliarden Litern (2021) das größte deutsche Getränkeunternehmen.

Die CCEP DE ist verantwortlich für die Abfüllung, den Verkauf und den Vertrieb von Coca-Cola-Markenprodukten in Deutschland. Die GmbH ist Teil von Coca-Cola Europacific Partners (CCEP). In Deutschland arbeitet die Abteilung eng mit der Coca-Cola GmbH zusammen, die als Tochterunternehmen der The Coca-Cola Company für die Markenführung sowie die Produkt- und Verpackungsentwicklung zuständig ist.



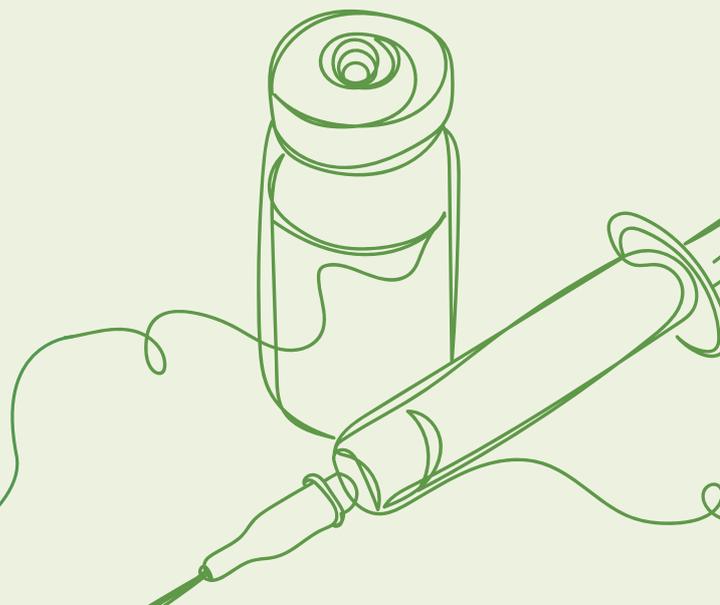
EIN MITGLIED DER FÜR SIE EG STELLT SICH VOR



Die WSK Medical GmbH ist als einer der führenden Großhändler für Healthcare-Produkte seit vier Jahren Mitglied bei der FÜR SIE. Mit einem umfangreichen Portfolio von Medizinprodukten über Tattoo Supply bis hin zu LEH-Artikeln unterscheiden sich die Zielgruppe und das Geschäftsmodell des Solinger Unternehmens in vielen Punkten von den übrigen FÜR SIE Mitgliedern. Unternehmensgründer Sebastian Kern gab uns im Interview einen Einblick in diesen besonderen Markt.

„Wer sind die klassischen Kunden von WSK?“

Wir arbeiten ausschließlich mit Kunden im B2B-Bereich. Schwerpunktmäßig handelt es sich hierbei um Apotheken und spezielle Supermärkte im In- und Ausland. Für die Apotheken sind in unserem Portfolio besonders Nahrungsergänzungsmittel und alles aus dem Bereich Healthcare sowie Produkte für den Eigenbedarf (Reinigungsmittel, Kaffeekapseln) interessant.



„Wenn ich mir nun einen alteingesessenen Apotheker und gleichzeitig einen der beschriebenen Supermarktbetreiber vorstelle, sehe ich zwei sehr unterschiedliche Kundenarten vor mir. Wie erreichen Sie beide Zielgruppen gleichermaßen?“

Im Bereich der „Persönlichen Schutzausrüstung“ lief während der Corona-Pandemie viel über Microsites/Landingpages, wo wir nur Leads generiert und anschließend die interessierten Kunden telefonisch kontaktiert haben.

Im Bereich Tattoo Supply betreiben wir unter der Marke tat2stuff.de einen eigenen Shop und waren auch – als Pionier der Branche – als Erster mit einem eigenen voll ausgestatteten Verkaufswagen immer in der Nähe unserer Kunden („Call the VAN!“).

In der Vergangenheit haben wir auch mit Plattformen wie eBay oder Amazon experimentiert. Das lief für uns aber wenig zufriedenstellend, da hier sehr viel „Schund“ im Dumpingbereich angeboten wird.

„Welche Kunden erreichen Sie schwerpunktmäßig mit welcher Art des Vertriebs? Wie müssen wir uns den Bestellprozess und die Lieferung vorstellen?“

Unser Hauptkanal ist der digitale Kanal. Wir betreiben ein E-Procurement-Portal und nehmen ausschließlich darüber die Bestellungen entgegen. Die meisten Bestellungen werden dann vollautomatisch freigegeben, wenn Verfügbarkeit und ausreichendes Kreditlimit gegeben sind. Alle übrigen sichtet ein Mitarbeiter und kontaktiert den Kunden dann gegebenenfalls hinsichtlich des Lieferzeitpunkts, der logistischen oder der finanziellen Abwicklung.

„Gibt es darüber hinaus noch Besonderheiten im Markt, die man berücksichtigen sollte?“

Welcher Markt hat keine Besonderheit? Ich glaube, dass durch die Gegebenheit, dass wir in sehr unterschiedlichen Märkten beheimatet sind und dadurch, dass Diversifizierung immer ein Grundbestandteil unserer Firmen-DNA war, Besonderheiten für uns etwas vollkommen Normales sind. Wir verstehen die Eigenheiten eines jeden Marktes eher als Motor für unseren Erfolg. Entscheidend ist es, den Markt mit seinen Eigenarten zu verstehen – nur dann kann ich ihn bespielen.

„Können Sie uns ein Beispiel nennen?“

Tätowierer und Apotheken sind Teil unserer Hauptzielgruppe. Eigentlich könnte man denken, dass diese beiden Märkte komplett verschieden sind, aber es bestehen extrem viele Schnittmengen bei Produkten. Der Zugang zu dem jeweiligen Kunden erfolgt jedoch ganz unterschiedlich: Einen Tattooartist erreichen wir nicht über Kaltakquise oder AdWords, sondern über Empfehlungsmarketing, Kataloge oder ein Bonusprogramm. Ein Apotheker hingegen reagiert auf Preismailings, Fax etc. Die Bandbreite und die Tools, die in unserer Akquise zum Einsatz kommen, sind ganz unterschiedlich.

„WSK Medical ist kein klassischer Familienbetrieb. Wie kamen Sie 2010 darauf, ein Unternehmen für Healthcare-Produkte zu gründen?“

Mein Vater ist seit 30 Jahren Apotheker. Nach meiner Ausbildung und während meines BWL-Studiums war mir schon klar, dass ich nicht Apotheker werden möchte. Aber dennoch bin ich in der Branche geblieben. Gerade am Anfang konnte ich natürlich von der Erfahrung meines Vaters profitieren.



„Was macht WSK besonders?“

Wir versuchen immer technisch weit vorne zu sein. Nur durch eine immer weiter fortschreitende Digitalisierung können wir schnell, flink und agil bleiben. Unsere 10 Mitarbeiter haben im Vergleich zu anderen Unternehmen wahrscheinlich einen der höchsten pro Kopf Umsätze.

Wir suchen immer wieder neue Wege, um Prozesse umzugestalten und zu flexibilisieren. Daher konnte die Mitarbeiteranzahl von der Gründung 2010 bis heute bei stetig steigendem Absatz trotz Krise im Marktumfeld stabil gehalten werden.

„Das klingt so, als hätte sich die zunehmende Digitalisierung seit der Firmengründung positiv auf die WSK ausgewirkt und Ihnen neue Chancen eröffnet. Wie schaffen Sie es, Ihre Prozesse regelmäßig an die allerneusten Entwicklungen anzupassen?“

Wir sind ehrlich zueinander und sprechen viel im Team über Themen, die uns gefallen oder die wir verbessern müssen, wie zum Beispiel neue Software-Tools etc. Und dann kommt man auch mal zu dem Punkt, an dem etwa das ERP-System gewechselt werden muss, da Anbieter A sich anders entwickelt hat, als man zu Beginn dachte. Aber so ist das manchmal im Geschäftsablauf. „Never

change a running system“ hat sich zu „always change a running system“ entwickelt. Nur so können wir die nächsten Jahrzehnte relevant bleiben.

„Welche Weiterentwicklungen haben Sie für die kommenden Jahre geplant und welche Entwicklungen werden aus Ihrer Sicht in Zukunft eine große Rolle spielen?“

Klassische Strukturen werden weiter aufbrechen und der Handel wird weiter digitalisiert und direkter.

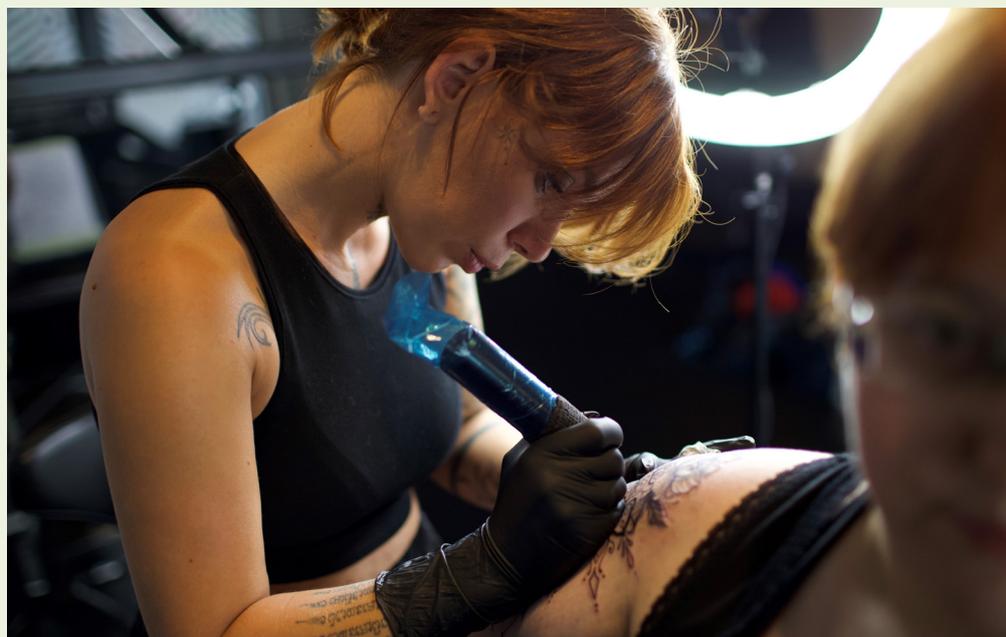
Wir werden uns weiter diversifizieren und auch den Kontakt zum Endkunden in bestimmten Channels aufbauen.

Wie schon erwähnt, sind wir nun an dem Punkt angelangt, dass wir mit unserem bisherigen ERP-System an die Grenzen dessen stoßen, was für uns für die Zukunft wichtig ist – das umfasst Schnittstellen, Anbindungen an Marktplätze, Flexibilität. Demnach steht hier zeitnah der Austausch ins Haus.



„Was macht die Partnerschaft mit der FÜR SIE aus Ihrer Sicht besonders? Worin sehen Sie die größten Vorteile bei der Kooperation?“

Das Netzwerk ist natürlich toll, man lernt viele interessante Menschen aus verschiedenen Branchen kennen. Das Leistungsportfolio wird abgerundet durch die Zentralregulierung und die mit der Industrie verhandelten Preise und Boni.





„Medizinprodukte werden häufig in Asien produziert und nach Europa importiert. Haben die aktuellen Probleme im Logistikbereich und die immer wiederkehrenden Lockdowns in China daher auch einen Einfluss auf Ihr Geschäft?“

Ja, absolut. Seit Anfang der Pandemie haben wir unter hohen Preisen in der Luftfracht zu leiden. Die ersten Masken, die wir damals für das Open-House-Verfahren der Bundesregierung importiert haben, verursachten alleine Luftfrachtkosten von 40 Cent pro Maske. Heute bekommt man für den Preis annähernd drei Masken im Einzelhandel.

Seit Anfang der Pandemie funktioniert das Geschäft in Asien nicht mehr so wie früher. Auch qualitativ gibt es viele Probleme, zum Beispiel bei Schnelltests. Ich würde mich freuen, wenn wir wieder mehr in Europa produzieren würden.

„Der Spagat zwischen Beruf und Privatleben ist für Sie wahrscheinlich nicht immer einfach. Haben Sie einen Tipp?“

Meine Frau und ich sind beide selbstständig – das führt natürlich häufig zu Herausforderungen im Alltag. Ich denke, wir beide haben eine gute Balance zwischen Arbeit und Privatleben gefunden. Das liegt auch daran, dass wir uns gegenseitig unterstützen und ebenso einander die Freiräume geben, die es braucht, um als Unternehmer aktiv zu sein.

„Sie engagieren sich in Ihrer Freizeit auch als Wirtschaftsrat für die Stiftung „It's for Kids“. Können Sie uns darüber etwas mehr erzählen?“

„It's for Kids“ geht nicht den klassischen Weg, Geldspenden für Kinderprojekte zu sammeln,

sondern wir akquirieren kreative Spenden. Das bedeutet, es werden Tonerkartuschen und Druckerpatronen gesammelt, Restdevisen, Alt- und Zahngold. Zudem werden auch Haare gesammelt, um damit beispielsweise Echthaarperücken für krebserkrankte Kinder zu fertigen, damit diese ein nach außen normales Leben führen können.

Wertstoffspenden sind nachhaltig und sorgen für einen sinnvollen Wertstoffkreislauf. Und was könnte sinnvoller sein, als die Erlöse unserer Recycling-Projekte hilfsbedürftigen Kindern zukommen zu lassen?

Dabei hat „It's for Kids“ keine eigene Trägerschaft, sondern leitet als Spendenorganisation für Kinder die Gelder bundesweit direkt an verschiedene Kinderhilfsprojekte weiter.





RÜCKBLICK

DIGITALE KUNDENVERANSTALTUNG

Im Frühjahr 2022 haben viele von Ihnen eine Einladung zu unserer digitalen Kundenveranstaltung erhalten. Nach zwei Jahren Corona-Pandemie war die Teilnahme an einem rein digitalen Event für die meisten unter Ihnen nichts Neues mehr.

Das immer gleiche Schema bei Teams, Skype und Co. war uns jedoch für diese Veranstaltung nicht kommunikativ genug, sodass wir uns dazu entschieden

haben, etwas Abwechslung in die Zusammenkunft zu bringen. Statt statischer Laptopkameras und Headsets stand daher auf unserer Seite des Calls ein **professionelles Film-Team**.

Mithilfe mehrerer Kameras, guter Beleuchtung und viel technischem Support konnten wir deutlich mehr Dynamik in die Gespräche bringen und endlich wieder Interviews ohne technische Verzögerungen und auf Augenhöhe führen.

Im Laufe der zweieinhalb Stunden führte Stefan Goldhagen als Leiter der Abteilung Vertrieb Food – Non Food durch eine Vielzahl von Themen rund um die aktuellen Entwicklungen des Marktes und bei der FÜR SIE.

Neben unseren neuen Dienstleistungen, wie beispielsweise der Optimierung der Rechnungskontrolle, der elektronischen Bestellbarkeit weiterer Lieferanten oder der Logistik im Streckengeschäft, ging es vor allem auch um die Geschäftsentwicklungen der FÜR SIE und die Situation im Einkauf.

Diverse Faktoren, wie Engpässe in den Lieferketten durch den langen Lockdown in China, der Ukraine-Krieg und steigende Energiepreise, führen auf allen Vertriebs- und Produktionsebenen zu einer sehr angespannten Lage bei der Warenversorgung. Dies macht die aktuellen Jahresgespräche für unseren Einkauf zu einem echten Balanceakt, der sich durch äußerst zähe Verhandlungen bemerkbar macht.



Sie wollen mehr zu den Hintergründen wissen? Auf Seite 64 liefert Ihnen der Artikel „Preissteigerungen bei Rohstoffen“ detailliertere Eindrücke zur Situation.

Auf der Agenda standen jedoch nicht nur FÜR SIE-spezifische Themen.

Vor dem Hintergrund der fortschreitenden Anzahl an Richtlinien, die im Rahmen der Single-Use-Plastics-Verordnung in Kraft getreten sind und auch weiterhin auf uns zukommen, spielte auch das Thema Pfandausweitung 2022 eine bedeutende Rolle. Gemeinsam mit Claus Jüsten, Bereichsleitung Einwegpfand bei REMONDIS, wurde daher

eine Reihe verschiedener Entsorgungsmöglichkeiten über die REWE vorgestellt. Ein besonderes Augenmerk lag hierbei auf dem Umgang mit den Verpackungen von Molkereiprodukten.

Anschließend gewährte Rebecca Göckel, CEO und Co-Founder von NOMOO, spannende Eindrücke zum Food-Trend „Veganes Leben“ und rund um die Gründung ihres Kölner Start-ups. Denn auch wenn Ernährungsvorlieben wie plant based, vegetarisch und vegan vor allem in den Großstädten immer mehr Anhänger finden, bestehen auf Seiten der Kundinnen und Kunden wie auch der Gastronomen nach wie vor Vorbehalte. Doch ein veganes Eis bietet ungeahnte Vorteile: So ist

es für alle Zielgruppen geeignet und kommt nicht nur ohne Produkte tierischen Ursprungs aus, sondern stellt auch für laktose- und glutenintolerante Konsumenten eine leckere Alternative dar.

Für all diejenigen, die beim digitalen Kundenforum nicht dabei sein konnten oder etwas nachschauen wollen, haben wir die Veranstaltung aufgezeichnet. Über den QR-Code gelangen Sie direkt zum Video.



Viel Spaß
beim
Anschauen!

Unsere Premiumprodukte, Ihr purer Genuss-Moment!



Mehr
entdecken!



Linguine

MIT GARNELEN
UND BROKKOLI



🍴 2 Portionen 🕒 30 Minuten

ZUTATEN

160 g Barilla
Collezione Linguine
½ Glas Barilla Pesto
alla Genovese

150 g Brokkoli
12 Garnelen
1 Frühlingszwiebeln
½ Glas trockener
Weißwein
Natives Olivenöl Extra

ZUBEREITUNG

1. Brokkoli in mundgerechte Stücke schneiden. Für ein paar Minuten in kochendem Wasser blanchieren, aussieben und zur Seite stellen.
2. Frühlingszwiebeln waschen und in dünne Scheiben schneiden. Olivenöl in einer Pfanne erhitzen und die Frühlingszwiebeln darin anbraten.
3. Garnelen in die Pfanne geben und kurz mitbraten. Mit Weißwein ablöschen und einköcheln lassen. Mit Salz und Pfeffer abschmecken.
4. Barilla Collezione Linguine al dente kochen.
5. Pasta abgießen, in die Pfanne mit Brokkoli und Garnelen geben. Barilla Pesto alla Genovese hinzugeben, gut vermischen und servieren.



CMC

COIFFEUR MARKETING COMPANY

RÜCKBLICK
COIFFEUR
BÖRSE

Die COIFFEUR Kommunikations- und Einkaufsbörse 2022 in Köln – das Branchen-Event für den Friseurfachgroßhandel

Die Kommunikations- und Einkaufsbörse für den CMC Fachgroßhandel konnte Ende Mai nach zwei Jahren pandemischer Abstinenz endlich wieder im architektonisch-puristischen Industrial-Flair-Rahmen der Kölner Eventlocation DIE HALLE Tor 2 stattfinden. Die Vorfreude auf dieses Branchentreffen war nicht nur bei den **35 teilnehmenden Industrie-Ausstellern** sehr groß, sondern auch bei den zahlreichen Großhandelspartnern aus den Verbundnetzwerken der COIFFEUR-CMC und der EURO-FRIWA.

Die CMC Großhandelspartnerinnen und -partner nutzten den ganzen Tag für informative Einzelgespräche mit den Ausstellern in einem hochwertigen Rahmen, der viel Raum für Small-, aber auch Deep-Talks bot. Diese persönlichen Gespräche vis-à-vis wurden von allen Beteiligten nach den vielen pandemiebedingten Video-Konferenzen sehr gerne angenommen und hochgeschätzt.

Die Ausstellervielfalt war groß. Mit dabei waren die gesamte Haarkosmetik-Großindustrie, die CMC Großhandels-Exklusivmarke ALTER EGO und die RONDO Handelsmarke sowie viele Elektrogeräte-Hersteller, Scheren-Lieferanten, Tool-Produzenten, Kosmetikanbieter, Vertreiber von Accessoires und einige mehr. Sie alle präsentierten ein **umfassendes Angebot an Produkten**, die der Großhandelspartner im Sortiment führt und die er für die Friseurinnen und Friseure zur Gestaltung ihrer Haarfrisur-Kreationen wie auch zur reibungslosen Ausübung ihres Handwerks im Salon bereithält. Zudem stellt

die CMC-Börse eine direkte Plattform und Möglichkeit für den CMC Fachgroßhandel dar, um an den Ausstellerständen zu besten und **exklusiven Börsen-Sonderkonditionen einzukaufen**.

Gleichzeitig wurden durch den regen Austausch mit Lieferanten und CMC-Kolleginnen und -Kollegen auch neue Einblicke erlangt zu wichtigen **Marktinnovationen**, den **neuesten Trendprodukten** und den **bedeutenden Neuigkeiten aus der Branche**. Mit diesen vollumfänglichen Informationen zur Marktlage sind die CMC Großhandelspartnerinnen und -partner erstklassig gewappnet, damit sie bei der eigenen Friseurkund-

schaft entsprechende Verkaufsimpulse setzen können.

Zum Abschluss wurde nach einem arbeitsintensiven Börsentag bei der **Get-together-Abendveranstaltung** mit Kölsch, Riesling, einem BBQ-Buffer und großartiger Live-Musik ausgelassen gefeiert. Alle Teilnehmenden waren durchweg von der COIFFEUR Börsenveranstaltung begeistert: von der gesamten Vorbildlichen Organisation, von den vielen persönlichen und konstruktiven Gesprächen an den Ständen sowie von dem gelungenen Beisammensein am Abend, das den gebührenden Ausklang dieses Branchen-Events bildete.



Alle Anwesenden kündigten an, im nächsten Jahr wieder dabei sein zu wollen.



Doch wir haben noch mehr im Gepäck: Über den Tag verteilt findet auf der **Center Stage** und auf dem restlichen Messegelände ein ansprechendes **Rahmenprogramm** statt. Informieren Sie sich bei Elevator Pitches und bei unserer Keynote über die aktuellen Trends und Marktentwicklungen oder lernen Sie die perfekte Kaffee-Zubereitung bei einem Barista-Workshop. Sie sind mit allen Tagesordnungspunkten durch und alle Bestellungen sind abgeschickt? Entspannen Sie mit einem frisch gezapften Bier in einem der Biergärten unserer Lieferanten oder genießen Sie einen perfekt gemixten Cocktail in unserer Lounge!

Da ein Geburtstag ohne eine anständige Feier nur halb so schön ist, wollen wir den Messetag gerne gemeinsam mit Ihnen ab 19:00 Uhr in der Eventlocation **DIE HALLE Tor 2** bei unserer **Abendveranstaltung** ausklingen lassen. Freuen Sie sich auf leckere Speisen und kühle Getränke in entspannter Atmosphäre.

Damit einem rundum gelungenen Abend nichts im Wege steht, werden in regelmäßigen Abständen Shuttlebusse von den Hotels zur HALLE Tor 2 und zurück verkehren.



Sie haben noch keine Einladung erhalten?
Wenden Sie sich einfach an Ihre Ansprechpartnerin oder Ihren Ansprechpartner aus dem Vertrieb!

MESSE

29. September 2022
Beginn 09:00 Uhr
Ende 17:00 Uhr

Anschrift:
Koelncongress GmbH
Halle 2.1
Deutz-Mülheimer Straße 51
50679 Köln

**ABEND-
VERANSTALTUNG**

Beginn 19:00 Uhr

Anschrift:
DIE HALLE Tor 2
Girnitzweg 30 • 50829 Köln

Freuen Sie sich gemeinsam mit uns auf 148 Aussteller z. B.:



FACELIFT GEFÄLLIG? ABER JA!

DIE NEUE FÜR SIE WEBSITE

Diesen Moment kennen wir wohl alle: Nach einem langen Winter holen wir zum ersten Mal wieder unsere liebste Sommerhose hervor, die immer schick und schön war. Doch obwohl sie noch gut sitzt, gefällt sie uns nicht mehr. Sie entspricht nicht mehr dem aktuellen Stilgefühl.



HOME

- Individuelle Maßlösungen zur Kostensenkung
- Weitere Einkaufsoptionen, auch bei der Investitionsgegenstandsbeschaffung

MITGLIED WERDEN
ODER
DIREKT BESTELLEN

Ihr Nutzen im Zentrum unseres Handelns

Launch im September

GEMEINSAM FÜR DIE UMWELT
Der Großhandel stellt seine Verpackungen um – wir sind mit dabei.

Die neue Verpackungsreihe vereint auch den Großhandel – und das ist gut für Ökono bei der Menge, die für den Großhandel produziert wird. In der Bildung von reduzierten Verpackungsgrößen entstehen mehr, für die Umwelt eine schrittweise zu erreichen, versteht die FÜR SIE seit Juli 2021 auf Einwegplastik und unter der neuen Buchführung möglich. Und was genau bedeutet das? Wir haben auch hier einen Zusammenhang hergestellt, es geht um die Umwelt und was gibt es jeweils zu beachten? Schauen Sie sich gerne unsere Broschüre über die Rückgabe von Single Use Plastics an und wie wir dazu stehen.

Mehr erfahren und anderen Themen auf dem FÜR SIE Blog



Sie fragen sich jetzt, was Mode mit unserer neuen Webseite zu tun hat? Mehr als Sie im ersten Moment vielleicht denken. Denn unser Geschmack wandelt sich nicht nur in Bezug auf Mode, auch visuelle Vorlieben verändern sich mit der Zeit. Ein Gestaltungsstil, der vor wenigen Jahren noch modern war, wirkt irgendwann nicht mehr zeitgemäß. Farben, Schriftarten oder auch grafische Elemente sind ebenso Trends unterworfen wie viele andere Erzeugnisse auch.

EINKAUF ZU TOP-KONDITIONEN
Genießen Sie die Vorteile aus unserer einzigartigen REWE-Partnerschaft.

- Einkauf von Fast und Non-Food Sortimenten zu TOP-Konditionen
- Zugriff auf 1.500+ exklusive Artikel, darunter das beliebteste Eigenmarken „Lini“ und „Jumbo“
- Gesamtmarktanteil mehr als 40.000.000 Artikel
- Sonderkonditionen auf die REWE-Logos
- Über 1.000 Sonderangebote im Sonderangebot



GROSSVERBRAUCHER

Um der FÜR SIE Webseite auch für die kommenden Jahre einen attraktiven und ansprechenden Rahmen zu geben, haben wir ihr einen **kleinen „Facelift“** gegönnt. Neben verschiedenen Design-Neuerungen und einer verbesserten mobilen Darstellung war es uns ein Anliegen, der FÜR SIE auch nach außen hin eine persönlichere Note zu verleihen.

Damit Sie und unsere (potenziellen) Neukundinnen und -kunden erfahren, wer eigentlich hinter der FÜR SIE steht, haben wir uns dazu entschieden, **Impressionen** aus der **realen FÜR SIE-Welt** mit Ihnen zu teilen. In vielen Bereichen verzichten wir

auf Stockbilder und greifen vermehrt auf Fotos von unseren Kolleginnen und Kollegen zurück. In den nächsten Wochen und Monaten werden Sie daher immer mehr vertraute Gesichter auf unserer Homepage entdecken können.

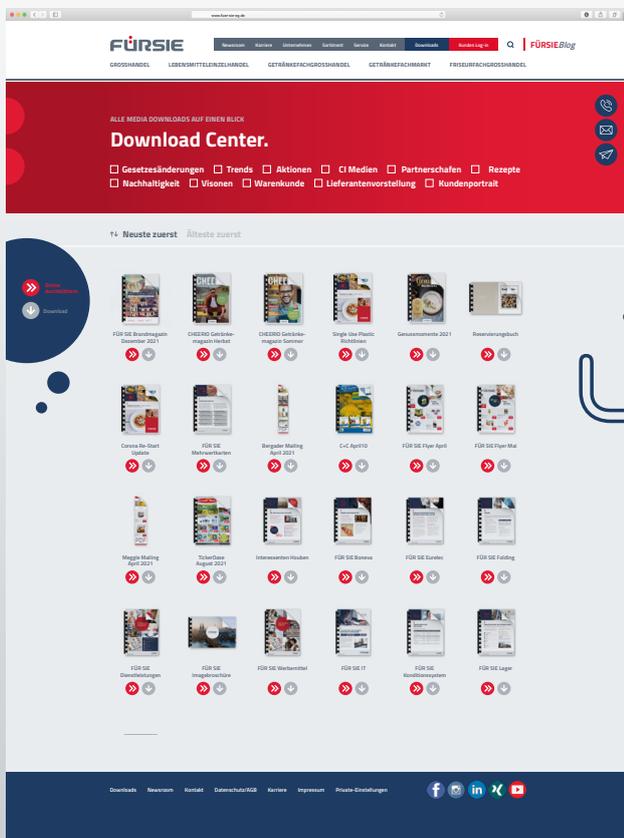
Aber das ist noch nicht alles. Die wohl größte Veränderung besteht in einer „kleinen“ Erweiterung der FÜR SIE Webseite: unserem **neuen Blog!** In regelmäßigen Abständen werden wir Sie an dieser Stelle über eine ganze Reihe von Themen informieren:

Sie suchen fundierte Updates zu wichtigen Gesetzesänderungen wie der Single-Use-Plastics-Verordnung? Wir fassen die relevanten Neuerungen einfach und

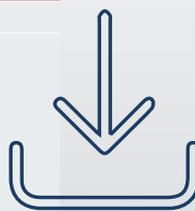
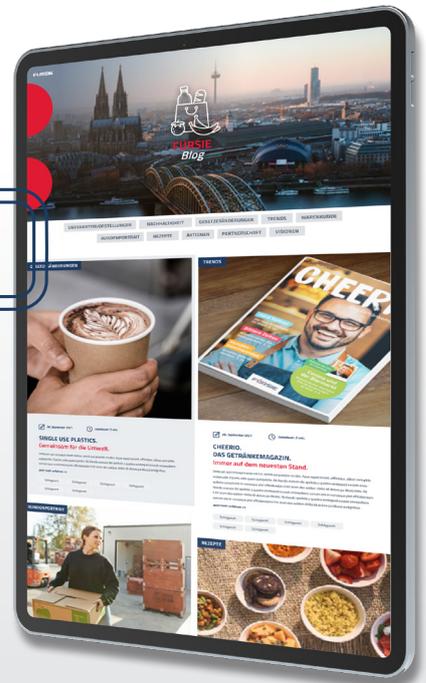
verständlich für Sie zusammen und geben Ihnen wertvolle Tipps zur Umsetzung.

Eines unserer Mitglieder hat ein spannendes Projekt verwirklicht oder eine bemerkenswerte Unternehmensgeschichte vorzuweisen? Wir finden, so etwas sollte kein Geheimnis bleiben! Lernen Sie Ihre Genossinnen und

Genossen kennen, connecten Sie sich und tauschen Sie untereinander Ihr Wissen aus – so erzielen wir gemeinsam wichtige Wettbewerbsvorteile.



BLOG



DOWNLOAD

Ein neuer Food-Trend gibt Ihnen Rätsel auf oder Sie interessieren sich für die Hintergründe zu einem bestimmten Thema? Wir bündeln die relevanten Informationen für Sie, zeitsparend und bestmöglich aufbereitet – damit Sie sich vollumfänglich Ihren Kernaufgaben widmen können.

Sie sehen, die Bandbreite an potenziellen Blog-Artikeln und interessanten Themen ist praktisch endlos. Schauen Sie regelmäßig vorbei und lassen Sie sich inspirieren – wir freuen uns auf Ihren Besuch auf unserer neuen FÜR SIE Website!



Weiterentwicklung Kundenportal

In der letzten Ausgabe der FÜR SIE Ganz nah haben wir Ihnen das neue FÜR SIE Kundenportal vorgestellt und Ihnen aufgezeigt, wo verschiedene Funktionen und Informationen, die vorher im FÜR UNS NET zu finden waren, nun angesiedelt sind. Aus zwei Portalen wurde eines, sodass Sie die wichtigsten Informationen gebündelt an einem Ort vorliegen haben.

Als zentraler Dreh und Angelpunkt unseres Warengeschäfts können Sie im **Kundenportal Ihre Bestellungen bei diversen Lieferanten aufgeben**. Sie erhalten hier ebenfalls umfassende Informationen zu **aktuellen Ak-**

tionen, Statistiken, Produktneheiten und Sortimentsoptimierungen – alles an einer Stelle.

Wir arbeiten fortlaufend daran, das Nutzererlebnis im Kundenportal für Sie zu verbessern. Wir freuen uns, Ihnen in diesem Zuge eine erste Weiterentwicklung vorstellen zu können: Im Kundenportal ist es **seit April** möglich, bei RFE Lieferanten **Bestellungen für Artikel aufzugeben**, die Sie aktuell **noch nicht in unseren Ordersätzen** finden. In unserer Eingabemaske tragen Sie Ihre Wunschartikel einfach bequem ein – wir leiten anschließend die Bestellung samt zusätzlicher Wunschartikel an den Lieferan-

ten für Sie weiter. Auf der folgenden Seite finden Sie hierzu eine detaillierte Anleitung.

Eine weitere neue Funktionalität steht ebenfalls in den **Startlöchern**: Bald werden wir Ihnen zusätzliche Informationen zur Verfügung stellen, die **Logistikstaffeln und Logistikstaffelpreise** für Sie transparenter machen werden. Hierzu erfahren Sie zeitnah mehr.



Aber hier bleiben wir nicht stehen – wir arbeiten aktiv an einem spannenden **Relaunch des Portals**, in dem diverse Modernisierungen hinsichtlich Aufbau, Bedienbarkeit und Funktionen umgesetzt werden.



LENNART DOMNICK
Vertriebs-Innendienst
Telefon 0221/16041-514
lennart.domnick@fuer-sie-eg.de



NATALIA GAUL
Vertriebs-Innendienst
Telefon 0221/16041-523
natalia.gaul@fuer-sie-eg.de

Sie haben Fragen, Ideen oder Anregungen zu den neuen Funktionen oder auch Wünsche für das neue Kundenportal? Unsere Vertriebsmitarbeiter*innen helfen Ihnen gerne weiter.



ANLEITUNG ZUR BESTELLUNG UNGELISTETER ARTIKEL

Was kann ich jetzt Neues bestellen?

Sie können nun **ungelistete Artikel** bei RFE Lieferanten bestellen. Ungelistete Artikel sind Artikel, die Sie bisher nicht in der Artikelsuche oder im Ordersatz auffinden konnten. Liegen Ihnen für diese Produkte Artikelidentifikationsnummern (Artikelnummer oder GTIN) vor, so können Sie diese bei dem jeweiligen Lieferanten einfach und komfortabel ordern.

Wie kann ich die Bestellung auslösen?

Die gewünschten Artikel tragen Sie im Ordersatz mithilfe des **Buttons „Bestellung ungelisteter Artikel“** in unser Bestellformular ein und fügen sie somit Ihrem Warenkorb hinzu. Anschließend lösen Sie – ganz wie gewohnt – die Bestellung aus. Wir **leiten** sie sogleich an den Lieferanten **weiter**.

Gut zu wissen: Damit sich diese **Funktion nutzen lässt**, müssen sich **keine gelisteten Artikel des Lieferanten** im Warenkorb befinden.

weiterhin auf der **Auftragseingangsbestätigung** präsentiert. Die ungelisteten Artikel sind hier unter der Kategorie „ungelistete Artikel“ aufgeführt. Außerdem lassen sich Ihre Bestellungen im Auftragsarchiv einsehen.

Was kann ich tun, wenn ich Fragen habe?

Eine ausführliche Anleitung erwartet Sie im **Newsletter**. Jederzeit können Sie sich an unsere Vertriebsmitarbeiter*innen wenden – wir helfen Ihnen gerne weiter.

Sie haben Ideen oder Wünsche, wie wir unser Kundenportal verbessern können?

Melden Sie sich – unsere Vertriebsmitarbeiter*innen nehmen diese gerne auf!

Wo finde ich Informationen zu meiner Bestellung?

Alle Infos und Daten rund um Ihre Bestellung bekommen Sie



**UNGELISTETE ARTIKEL?
KEIN PROBLEM!**



Unser EINKAUF

Wir stellen uns vor



SONJA MASSAFRA

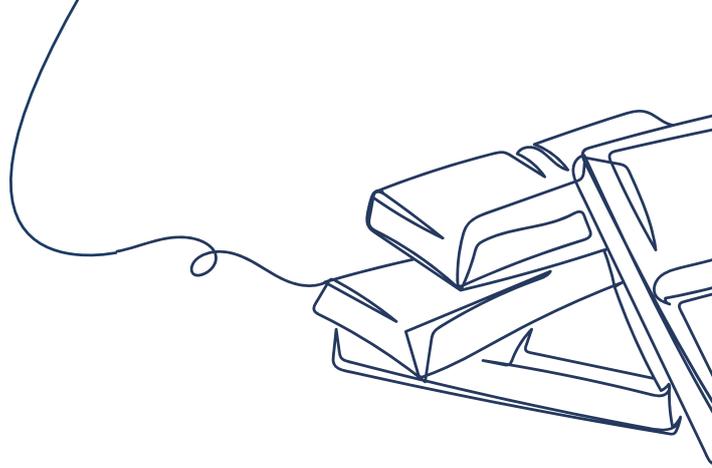
Bereichsleitung Einkauf
Food – Non Food
Telefon: +49 (0) 221 16041-810
sonja.massafra@fuer-sie-eg.de



LISA GÖBS

Assistenz der Bereichsleitung/
Projektkoordination
Telefon: +49 (0) 221 16041-814
lisa.goeps@fuer-sie-eg.de





JAN TEPELMANN

Einkaufsassistent Spirituosen
Telefon: +49 (0) 221 16041-819
jan.tepelmann@fuer-sie-eg.de



VIKTORIA HECK

Einkaufsassistent Spirituosen/Drogerie
Telefon: +49 (0) 221 16041-815
viktoria.heck@fuer-sie-eg.de



THOMAS SCHEKALA

Senior Einkäufer Frische
Telefon: +49 (0) 221 16041-811
thomas.schekala@fuer-sie-eg.de



PETRA SUHR

Einkäuferin Frische
Telefon: +49 (0) 221 16041-813
petra.suhr@fuer-sie-eg.de



KATHRIN SEVERINO ALMONTE

Einkaufsassistent Frische
Telefon: +49 (0) 221 16041-816
kathrin.severino@fuer-sie-eg.de



FRANZISKA FRANKE

Operative Leitung KOMPAKT
Telefon: +49 (0) 221 16041-670
franziska.franke@fuer-sie-eg.de



VANESSA GUST

Kaufmännische Assistenz
Telefon: +49 (0) 221 16041-671
vanessa.gust@fuer-sie-eg.de



CLARA LANGE

Assistenz
Telefon: +49 (0) 221 16041-531
clara.lange@fuer-sie-eg.de



NATALIE MEIER

Senior Einkäuferin Trockensortiment
Telefon: +49 (0) 221 16041-812
natalie.meier@fuer-sie-eg.de



ATHANASIOS-STAVROS BANTIS

Einkäufer Trockensortiment
Telefon: +49 (0) 221 16041-818
athanasios.bantis@fuer-sie-eg.de





SONJA MASSAFRA

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Meinen Ausgleich zur Arbeit finde ich bei meinem Pferd und im Winter sehr gerne beim Skifahren. Ich liebe den Kölner Karneval und den FC!

Was ist dir wichtig im Leben?

Zeit für meine Lieben zu haben und mich an den schönen Dingen des Lebens zu erfreuen, wie Reisen und gutes Essen.

Was ist deine persönliche Vision?

Meine persönliche Vision ist es, gemeinsam mit meinem Team die FÜR SIE für die kommenden Jahre zukunftssicher aufzustellen und für unsere Kundinnen und Kunden als interessanten Partner weiterzuentwickeln. Ich wünsche mir, dass wir im Team-Einkauf weiterhin mit so viel Leidenschaft und Hartnäckigkeit unsere Ziele verfolgen.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bedeutet für mich täglich neue Herausforderungen, abwechslungsreiche sowie spannende Aufgaben, ein super Team und nette Kollegen.



LISA GÖBS

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Definitiv meine Freunde und meine Familie! An einem lauen Sommerabend spontan mit Menschen, die mir wichtig sind, ein prickelndes Kaltgetränk am Rhein und ich vergesse alles um mich herum. Zwischendurch ein bisschen Sport in Form von Laufen oder Fitnessstudio und alles ist wunderbar.

Was ist dir wichtig im Leben?

Dass alle, die ich liebe, gesund sind und ihr Leben so verbringen können, wie es ihnen gefällt und sie es für „richtig“ halten – möge es noch so ausgefallen sein. Das gilt auch für mich selber.

Was ist deine persönliche Vision?

Meine Vision ist, dass ich im Laufe meines Lebens immer wieder Neues entdecken und lernen darf. Und dass ich es schaffe, mich weiterhin auch an den ganz kleinen Dingen zu erfreuen und nichts und niemanden für selbstverständlich zu nehmen.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Für mich ist die FÜR SIE ein sicherer Arbeitsplatz mit tollen Kolleginnen und Kollegen, die auch bei all der anfallenden Arbeit stets wissen, wie sie mich zum Lachen bringen können. Ich habe das Gefühl, bei der FÜR SIE wachsen und mich auch immer wieder ein bisschen selbst herausfordern zu können.



JAN TEPELMANN**Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

Mein Ausgleich zur Arbeit ist viel Sport in Form von Laufen. Hier kann ich am besten abschalten und gewinne positive Kraft für die Arbeitswoche – egal bei welchem Wetter. Quality time mit meinen Lieben steht für mich außerdem immer an erster Stelle. In den Sommertagen gibt es für mich nichts Schöneres, als mit meinen Freunden ein prickelndes Kaltgetränk im Stadtwald zu genießen.

Was ist dir wichtig im Leben?

Das Wichtigste für mich ist es, eine positive Grundeinstellung im Leben zu haben und dabei den Humor nie zu vergessen. Das hilft nicht nur der eigenen Gesundheit – auch mein Umfeld partizipiert davon.

Was ist deine persönliche Vision?

Meine persönliche Vision ist, dass ich so viele Orte wie möglich auf dieser Welt sehen möchte – hoffentlich auch irgendwann als Pilot einer Cessna. Reisen, Fliegen und neue Kulturen bedeuten für mich echte Horizont-erweiterung.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE ist für mich ein sicherer und moderner Arbeitgeber. Ich merke bei uns im Einkauf jeden Tag, dass wir etwas Bedeutsames für den Unternehmenserfolg leisten und ich Tag für Tag an meinen Aufgaben wachsen kann. Ganz besonders schätze ich meine Kolleginnen und Kollegen, welche mir täglich ein Lächeln ins Gesicht zaubern können und die ich sehr ins Herz geschlossen habe.

VIKTORIA HECK**Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

Als Ausgleich zur Arbeit verbringe ich gerne Zeit mit Freunden an der frischen Luft oder gehe tanzen.

Was ist dir wichtig im Leben?

Meine Familie und Freunde sowie Gesundheit und Zufriedenheit stehen bei mir an erster Stelle.

Was ist deine persönliche Vision?

Ein glückliches und erfülltes Leben zu führen.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Abwechslungsreiche Arbeit in einem eingespielten Team sowie persönliche und berufliche Entwicklungsmöglichkeiten.

THOMAS SCHEKALA**Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

In meiner Freizeit verbringe ich viel Zeit mit meiner Frau und meiner Tochter. Auch meine Freunde kommen nicht zu kurz.

Was ist dir wichtig im Leben?

Mir ist es wichtig, dass meine Freunde und Familie vor allem gesund und glücklich sind.

Was ist deine persönliche Vision?

Es hat sich immer gezeigt, dass man für Veränderungen offen sein sollte – ganz nach dem Motto: „Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit“.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE ist ein leistungsstarker Partner, mit dem ich mich persönlich sehr gut identifizieren kann.

PETRA SUHR**Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

Mein Ausgleich zum Job ist ein regelmäßiges Training im Fitnessstudio. Dadurch kann ich abschalten und neue Kraft tanken.

Was ist dir wichtig im Leben?

Glück und Zufriedenheit sind die zwei wichtigsten Elemente, die mir sehr viel bedeuten.

Was ist deine persönliche Vision?

Mir ist es wichtig, dass ich mich stetig weiterentwickeln und aus Erfahrungen lernen kann.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bedeutet für mich, in einem tollen Team zu arbeiten und sich gemeinsam neuen Herausforderungen zu stellen.

KATHRIN SEVERINO ALMONTE**Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

Neben der Arbeit verbringe ich viel Zeit mit meiner Familie, vor allem draußen. Außerdem treibe ich viel Sport und treffe mich gerne mit Freunden.

Was ist dir wichtig im Leben?

Glück und Gesundheit. Aber auch Zeit mit den Menschen zu verbringen, die einem besonders wichtig sind.

Was ist deine persönliche Vision?

Ich lerne gerne immer wieder neue Dinge hinzu – egal ob beruflich oder privat.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bietet mir eine abwechslungsreiche Tätigkeit, bei der ich mich immer wieder weiterentwickeln kann.



NATALIE MEIER

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Mein Ausgleich ist es, Freunde und Familie zu treffen und Sport zu treiben.

Was ist dir wichtig im Leben?

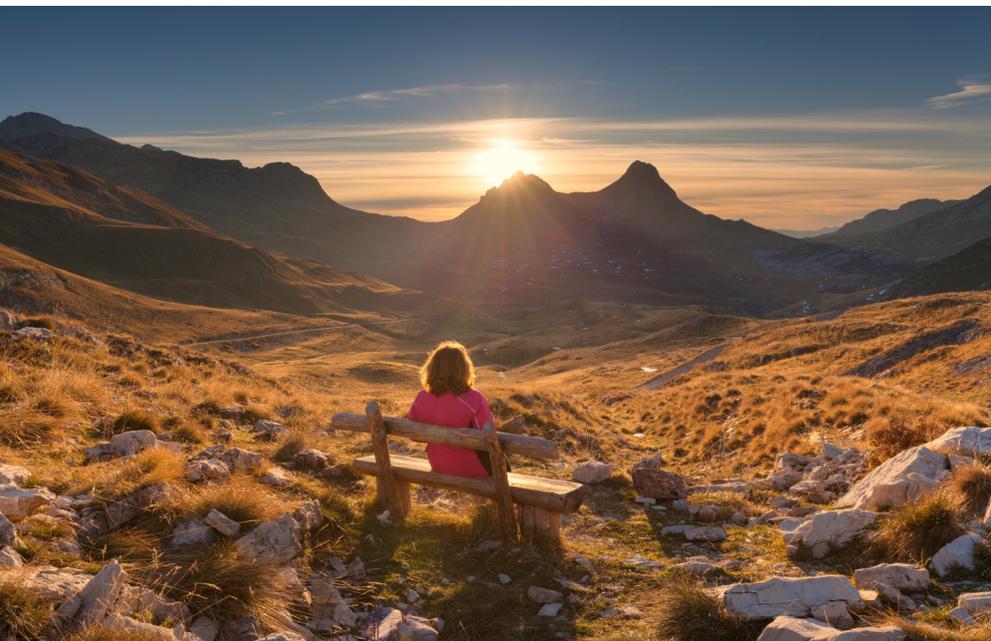
Immer positiv zu bleiben – egal, was kommt.

Was ist deine persönliche Vision?

Im Alter nichts zu bereuen und rückblickend sagen zu können: Ich würde es immer wieder so machen.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Ich kann mir das erste Mal vorstellen, sehr lange bei einem Arbeitgeber zu bleiben. Hier wird es garantiert nie langweilig.



ATHANASIOS-STAVROS BANTIS

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Sport treiben und Freunde treffen. Dadurch finde ich meine innere Ruhe.

Was ist dir wichtig im Leben?

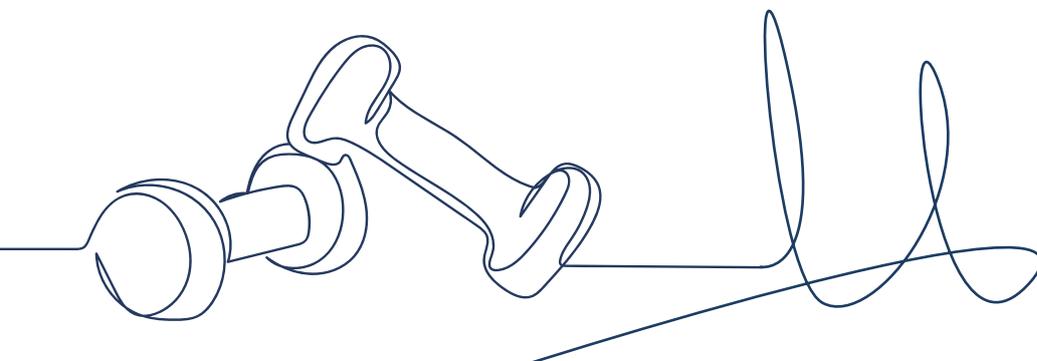
Familie, Gesundheit und Freunde haben höchste Priorität.

Was ist deine persönliche Vision?

Mir selbst treu zu bleiben!

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Ein neues Kapitel im Leben; ein neues Team, in dem ich herzlich aufgenommen wurde.



**GARANTIERT ERSTE SAHNE
KOCHEMES JETZT
GRATIS TESTEN!**



QR-Code scannen!

www.risso.com/de-de



16 % FETTGEHALT

26 % FETTGEHALT

26 % FETTGEHALT

Die Vorteile für Profis:

- Sahnealternativen für alle Anwendungen
- ausgezeichnete **Stabilität**
- zum **Kochen** und **Aufschlagen**
- **einfache Anwendung**
- hervorragender **Geschmack**
- **hitze- und säurestabil**

Vandemoortele

FRANZISKA FRANKE

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Ich bekomme den Kopf frei bei Aktivitäten in der Natur wie Yoga, Inlineskaten, Radeln und Bergwandern. Ich reise zudem sehr gerne und genieße dabei die Begegnungen mit Menschen sowie die Vielfalt der Natur.

Was ist dir wichtig im Leben?

Aus dem FF: Frieden, Freiheit, Familie und Freunde. Und natürlich Gesundheit und ein erfüllter Arbeitsinhalt.

Was ist deine persönliche Vision?

Die Energie zu besitzen, jeden Tag neu zu entscheiden, Gegebenes zu hinterfragen und offen zu sein für neue Perspektiven.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Ein Unternehmen mit Zukunft durch ein ausgeprägtes Leistungsportfolio am Markt – mit Vielfalt, schnellen Lösungen und hohem Entscheidungsspielraum.

VANESSA GUST

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Als Ausgleich zur Arbeit verbringe ich viel Zeit mit meinen Freunden und der Familie. Zudem bin ich ehrenamtlich in einem Karnevalsverein tätig.

Was ist dir wichtig im Leben?

Gemeinsame, glückliche und gesunde Zeiten mit Familie und Freunden zu verbringen.

Was ist deine persönliche Vision?

Nie die Positivität und das Lächeln vernachlässigen – privat wie im Beruf.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Ein abwechslungsreicher Arbeitgeber mit Herausforderungen, bei denen man stetig gefordert, aber auch gefördert wird.

CLARA LANGE

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Mein Ausgleich zur Arbeit sind meine Unternehmungen mit Freunden wie auch mein Hobby: In meiner Freizeit spiele ich Hockey.

Was ist dir wichtig im Leben?

Für mich sind meine Familie, Freundschaften wie auch Gesundheit sehr wichtig im Leben.

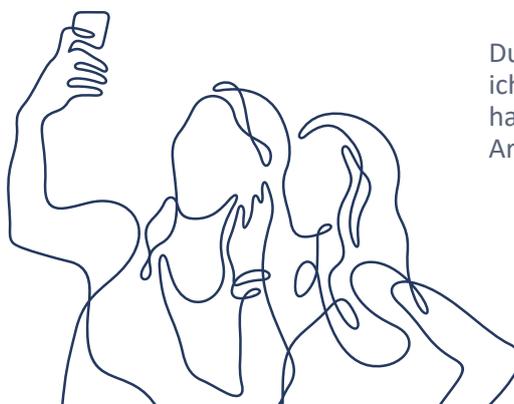
Was ist deine persönliche Vision?

Auf meinem beruflichen Werdegang möchte ich mich weiterentwickeln wie auch persönlich. Mein Fachwissen möchte ich verbessern und mich so gut wie möglich fortbilden.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bietet mir viele Möglichkeiten, mich in meinem Berufsleben weiterzuentwickeln, mich fortzubilden und viele eindrucksvolle Erfahrungen zu sammeln.

Durch meine Ausbildung, die ich bei der FÜR SIE absolviert habe, fühle ich mich gut auf die Arbeitswelt vorbereitet.





PREISSTEIGERUNGEN bei Rohstoffen

Was blüht Verbrauchern, Handel und Erzeugern?

Die Kundinnen und Kunden fürchten verwaiste Supermarkt-Regale. Der Handel muss die Warenabgabe rationieren und höhere Verkaufspreise durchsetzen. Die Hersteller klagen über hohe Preise bei Rohstoffen, Strom und Treibstoff. Die Bauern wiederum würden gerne mehr liefern – können dies aber nicht in gewohntem Umfang. Ein Schreckensszenario.

Ursachen für diese Ängste gibt es viele: Der **Angriffskrieg** auf die Ukraine, **pandemiebedingte** Lieferstaus in Asien

und die Wetterphänomene des **Klimawandels** verquicken sich im Sommer 2022 zu einer für Konsumenten, Hersteller und Erzeuger unsicheren Situation. **Innerhalb eines Jahres sind die Lebensmittel teurer** geworden (+11,1

% – Stand 05/22), **vor allem aber Heizöl und andere Kraftstoffe, Strom und Gas** (+38,3 % – Stand 05/22).

Die Inflationsrate nähert sich der Zweistelligkeit (+7,9 % – Stand 05/22). Und es ist **kein Ende in Sicht**. Zweieinhalb Jahre Pandemie, wirtschaftliche Sanktionen gegen Russland und der Ausfall der Ukraine als Lieferland für Ölsaaten und Getreide hinterlassen weitreichend ihre Spuren.





Ein Land in der Schraubzwinge

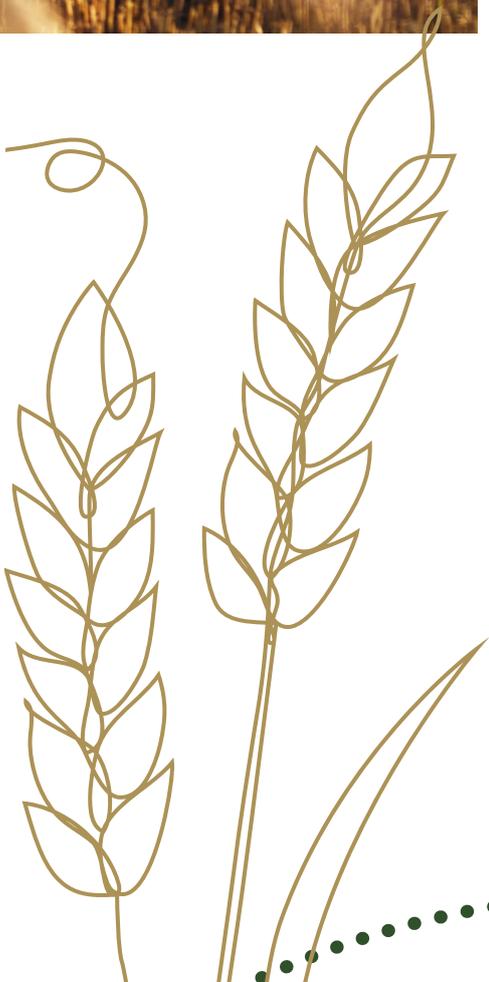
Keine Frage: Handel, Wirtschaft und Verbrauchern stehen harte Zeiten bevor. Sollte der Ukraine-Krieg noch einige Monate länger andauern, ist nicht nur die diesjährige Ernte in Gefahr. Derzeit verstopfen Containerschiffe, beladen mit Getreide, das trotz der widrigen Umstände geerntet werden konnte, die ukrainischen Häfen, weil die Exporte durch Russland blockiert werden.

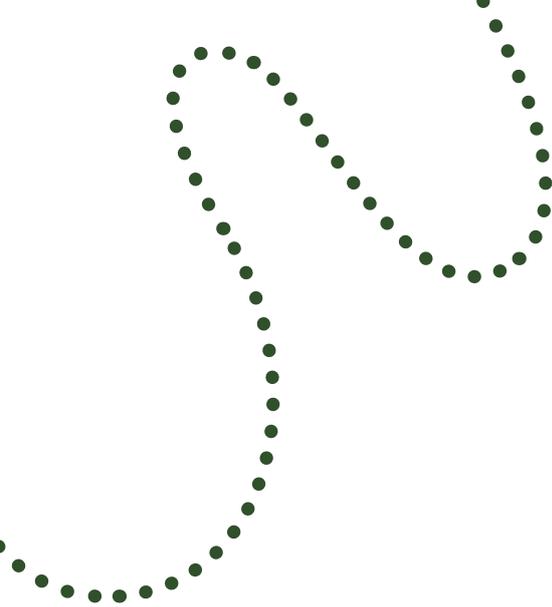
Sollte sich der Krieg auf weitere Regionen ausweiten, können noch mehr Felder nicht bestellt, Saatgut nicht ausgebracht und Tiere nicht ernährt werden. Die ukrainischen Anbauflächen für Mais, Sommergerste und Hülsenfrüchte sind im Vergleich zum Vorjahr um 39 % geringer geworden. Sie werden im nächsten Jahr wahrscheinlich nur noch halb so groß sein wie 2021.

Doch wie das Statistische Bundesamt (Destatis) mitteilt, sind die **Auswirkungen des Krieges nicht der alleinige Preistreiber**, denn nur 2 % der 11,4 Millionen Tonnen Importgetreide stammen aus der Ukraine und Russland. Vielmehr lagen bereits im März 2022 die Getreidepreise um 70,2 % höher als im Vorjahresmonat. Obwohl die Ausfälle auf den ersten Blick somit nicht kritisch für Deutschland zu sein scheinen, offenbart sich beim genaueren Hinsehen das Dilemma: Andere Länder hängen im hohen zweistelligen Prozentbereich von Getreidelieferungen der Ukraine ab.

Diese Länder versuchen nun, sich anderweitig Ersatz zu beschaffen – die Ernten werden also in Zukunft anders verteilt. Deshalb muss sich auch Deutschland

umorientieren. Doch die Ähren wachsen nicht in beliebiger Menge und nicht zu jeder Zeit. Ein Ende der Knappheit ist vorerst nicht absehbar.





Ei, ei, ei – was droht uns da?

Probleme sind nicht nur beim Getreide auszumachen: Der **europäische Eiermarkt** hat auch einige **Herausforderungen** zu bewältigen. Die immer wieder aufflammende **Geflügelpest**, damit verbundene Stallpflichten und Kostensteigerungen bei Futtermitteln und Energie gehen mit einer **sinkenden Eierproduktion** einher.

Eier sind ein sehr **preissensibles** Erzeugnis. Sobald einer der beschriebenen Faktoren sich marginal ändert, reagiert der Markt entsprechend. „Um das Ausfallrisiko möglichst gering zu halten, sind Erzeuger zögerlich bei der Investition in neue Legehennen.“, so Andreas Wienholt, Vertriebsleiter der EIPRO-Vermarktung GmbH & Co. KG.

Das führt dazu, dass eierreiche Länder wie die Niederlande, Polen, Italien und Frankreich Produktionsrückgänge bei allen Aufzuchtarten außer der Bodenhaltung melden. Ab dem Sommer droht uns vor allem ein Mangel an Freilandeiern, die derzeit einen Anteil von 35 % am Eiermarkt innehaben. Ausgehend von höheren Kosten für die Aufzucht werden auch die Betriebe und die eierverarbeitende Industrie weiterhin kräftig an der Preisschraube drehen.



Jahresgespräche, die in die Geschichte eingehen

Unser Einkauf steckt mitten in einer JGSP-Runde, die ihresgleichen sucht. Wir kämpfen an vielen Fronten mit preistreibenden Konstellationen. So wählte sich die Welt bereits am Ende des Pandemie-Tunnels und blickte einigermaßen optimistisch nach vorne – doch dann erwischte Omikron die Wirtschaftsmacht China. Diese Situation führt zur Verknappung vieler Güter. Und

das hat explodierende Rohstoff-, Düng- und Futtermittelpreise zur Folge – eine enorme Herausforderung für jede/n Verhandlungsführer/in.

Es ist nicht einfach, hinter die Kulissen der Vertragslieferanten zu blicken. Wer ist nur Trittbrettfahrer und bei wem liegt tatsächlich eine existenzielle Notlage vor? **Akzeptiert** werden

solche Argumente und letztlich die höheren **Einkaufspreise** nur dann, wenn sie **nachvollziehbar** und die Hintergründe transparent sind. Eine geringere Marge für den Vertragslieferanten allein bedeutet aus unserer Sicht kein Anrecht auf eine Preiserhöhung. Im Gegenzug tun wir gleichermaßen alles dafür, die **Warenverfügbarkeit zu sichern**. Diese hat für uns die höchste **Priorität**.

Pessimismus ist angebracht

Die erste Jahreshälfte ist um. Vor zwölf Monaten waren da bereits 80 % der Jahresgespräche abgeschlossen; in 2022 sind es nur halb so viele. Viele Lieferanten versuchen, die kritische Situation durch Streichungen von Leistungskonditionen zu kompensieren. **FÜR SIE** tun wir unser Bestes: Wir führen **harte, aber immer faire Verhandlungen**. Und wir sind zuversichtlich, dass wir trotz der schwierigen Lage bald unser gestecktes Ziel erreichen.

Das Fazit lautet: Solange der Krieg in der Ukraine anhält, schwierige Wetterbedingungen unsere Ernten zerstören und die Auswirkungen der Pandemie sich in Lieferstaus bemerkbar machen, wird sich die Preisspirale weiterdrehen. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher sind zunehmend preissensibel. In ihren Köpfen haben sich die höheren Verkaufspreise und auch die Lieferengpässe bereits als Wissen etabliert.

Wir sind für Sie da, um diese außergewöhnliche Situation mit Ihnen gemeinsam zu meistern.

Damit Sie Ihren Kunden und Gästen auch weiterhin attraktive Angebote machen können, unterstützen wir Sie wie gewohnt: partnerschaftlich und zuverlässig.



Steigerung
um 1,54 Euro
(34,90 %)

Konkretes Beispiel des Lieferanten EIPRO:

Preis für Eifix Vollei 1 kg Karton

Listenpreis bis 03.04.2022 = 4,41 €

Listenpreis ab 04.04.2022 = 5,95 €

Listenpreis ab 13.06.2022 = 4,95 €

GANZ NAH

Ausblick

In der nächsten Ausgabe:

Weihnachtsgruß
vom Vorstand



Unser
Geburtsjahrsjahr





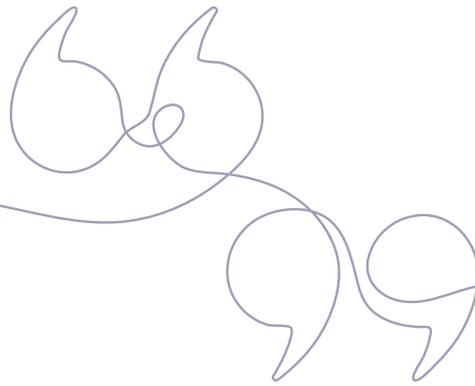
Das dürfen Sie nicht verpassen! Weitere spannende Themen!

Ausblick 60. Generalversammlung in Cannes

Rückblick FÜR SIE Messe







Impressum

HERAUSGEBER

FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG
Food – Non Food
An der Münze 12–18 | 50668 Köln

VERANTWORTLICH

FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG
Food – Non Food
An der Münze 12–18 | 50668 Köln

REDAKTIONSLEITUNG

Lena Strozyk (V. i. S. d. P.)
FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG
Food – Non Food
An der Münze 12–18 | 50668 Köln

ANZEIGENTEIL

Sonja Massafra (V. i. S. d. P.)
FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG
Food – Non Food
An der Münze 12–18 | 50668 Köln

DRUCK

news-media e.K.
Brassertstraße 122 | 45768 Marl

LEKTORAT

Mark Bruskowski
Lektorat Einwandfrei
www.seo-lektorat-einwandfrei.de

Violife

100% Vegan

Frei von MILCH · SOJA
GLUTEN · LAKTOSE · NÜSSEN
KONSERVIERUNGSTOFFEN

SERVIEREN SIE EINEN LECKEREN CHANGEBURGER

Mit **VIOLIFE** können Sie Ihre Speisekarte auch auf die Gäste abstimmen, die aus unterschiedlichen Gründen auf den Megatrend **pflanzenbasierte Ernährung** setzen:

- Kreieren Sie ein leckeres Gericht für **all Ihre Gäste** und reduzieren Sie dadurch die Komplexität in Ihrer Küche
- Nutzen Sie den Flexitarier-Trend und erweitern Sie so Ihre Zielgruppe
- Verringern Sie die CO₂-Emissionen Ihrer Küche um 50%, indem Sie Käse durch **VIOLIFE** ersetzen*

CHANGE YOUR CHEESE CHANGE OUR PLANET!

.....
upfieldprofessional.com



*Basierend auf einer von Quantis im Jahr 2022 durchgeführten Lebenszyklusanalyse von acht pflanzlichen Käsealternativen von Violife im Vergleich zu Käse in Europa. Zur Berechnung des Vertriebs in den europäischen Märkten wurde ein gewichteter Durchschnitt nach Bestimmungsland verwendet, von der Herstellung in Drama, Griechenland, bis zu den Vertriebszentren und dem Einzelhandel.