

GANZNAH

EIN MITGLIEDERMAGAZIN DER FÜR SIE HANDELSGENOSSENSCHAFT EG

**HAMBURG,
IK HEFF DI
BANNIG LEEF!**
AUSBlick AUF DIE 61.
GENERALVERSAMMLUNG

**EIN MITGLIED STELLT
SICH VOR: EGV|AG**

Neun Fragen an
Christian Heumann

**DAS NEUE
VERPACKUNGSGESETZ**
Einwegpfand auf Milch-
produkte in Einweg-
Kunststoffgetränkeflaschen

RÜCKBLICK
REWE Warenerlebnistag

WOHLTUENDE HUSTENBONBONS

für die kalte Jahreszeit!



NEU

RICOLA:

Die Nr. 1 im Hustenbonbonmarkt*

JETZT NEU:

Fruchtig erfrischend:
Unsere neue Sorte
Himbeere Melisse

WOHLTUEND:

Bewährte
Ricola Rezeptur mit
den **13 natürlichen Alpenkräutern**



TSCHÖ 2023, MOIN 2024!

Da in diesem Jahr die Welt um uns herum wieder mit vielen bewegenden, häufig leider auch negativen Nachrichten aufgewartet hat, möchten wir es mit guten Neuigkeiten und einer positiven Berichterstattung über das Geschehen innerhalb der FÜR SIE abschließen.

Neben aktuellen Beiträgen aus verschiedenen Fachabteilungen, wie beispielsweise der LHV und dem Vertrieb, erfahren Sie in dieser Ausgabe etwas über eines unserer größten Mitglieder, die EGV Lebensmittel für Großverbraucher AG. Außerdem wagen wir einen Blick in die Zukunft, denn Ihnen und uns stehen im nächsten Jahr einige (Gesetzes-) Änderungen bevor.

Seien Sie gespannt und freuen Sie sich auf das, was kommt. Wir sind voller Zuversicht und freuen uns darauf, dass wir auch 2024 die anstehenden Herausforderungen meistern, neue Wege erschließen und sich vermeintliche Sackgassen als große Chancen erweisen werden. Aber erstmal haben wir uns alle einen ruhigen Jahresausklang verdient.

In diesem Sinne wünschen wir eine erkenntnisreiche Lektüre.

Herzliche Grüße

Ihr

Dr. Martin Küssner

Walter Steffens

*Quelle: IRI, Umsatz in €, LEH > 200 qm + A/U/N + DM + APO + TS + Convenience Shops, MAT Jun. 2023

06 Zahlen. Daten. Fakten.
Über uns

08 Hamburg, ik heff di bannig leef!
Ausblick auf die 61. Generalversammlung

12 Überarbeitung des Kundenportals der FÜR SIE
Verbesserungen auf einen Klick

16 Creative Hair & Travel Tour
Bildungsreise mit ALTER EGO ITALY
nach Padua

18 Neun Fragen an
Christian Heumann, Vorstand EGV|AG

22 Relaunch
Pflegeserie Egoline von
ALTER EGO ITALY

24 Mitgliederzugehörigkeit
FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG

26 Maßgeschneidert
Weinkompetenz mit System

28 The Bahlsen Family
Deutsche Backtradition seit 1889

30 Rückblick
REWE Warenerlebnistag

34 Das dürfen Sie nicht verpassen!
Events 2024

36 Vorstellung
Wir sind das Team der LHV



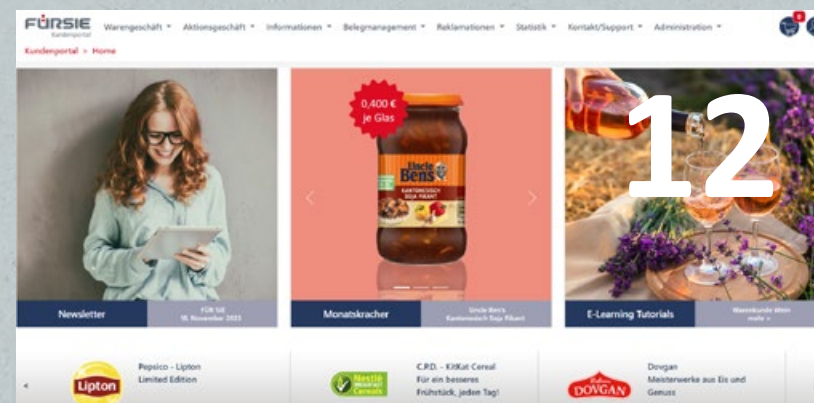
44 Das neue Verpackungsgesetz
Pfand auf Milchprodukte in
Einweg-Kunststoffflaschen

48 Neues Jahr – neues Recht!
Neue gesetzliche Anforderungen 2024

52 Weihnachtsgruß des Vorstandes
Unsere Lieblingsrezepte zur Weihnachtszeit

56 Ausblick

58 Impressum



INHALT

Zahlen. Daten. Fakten.

Über uns

1. Umsatzwachstum

Der Umsatz des FÜR SIE-Konzerns konnte per 30.09.2023 gegenüber dem Vorjahr um 5,3 % auf 2,05 Mrd. € gesteigert werden.

2. Neue Anschlusshäuser

2023

23

neue
Mitglieder
FÜR SIE eG

2

neuer Kunde
FÜR SIE Direkt
GmbH

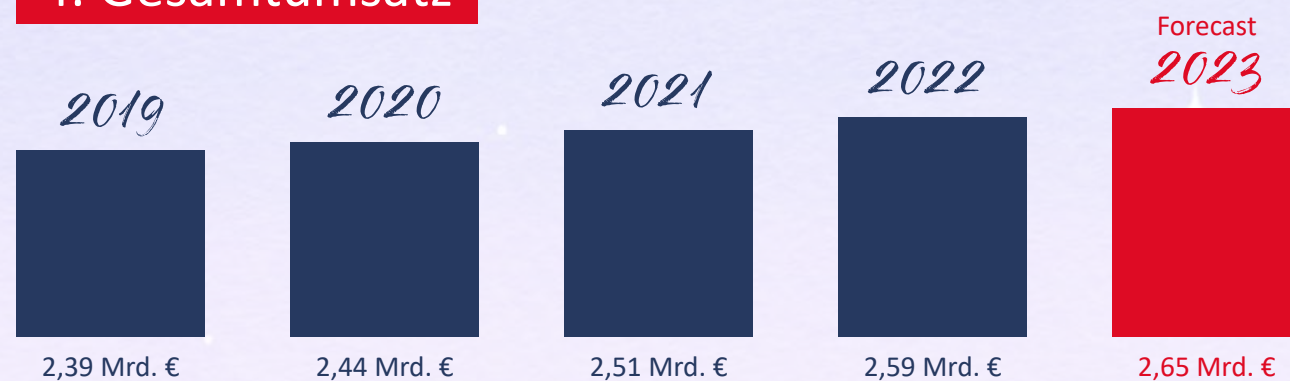
30

neue
ZR-Partner
FÜR SIE ZR
GmbH

3. Jahresabschluss

Der Jahresüberschuss 2022 nach Steuern aller Konzerngesellschaften lag bei **3,4 Mio. €** und damit **rund 0,9 Mio. € über dem Vorjahr.**

4. Gesamtumsatz

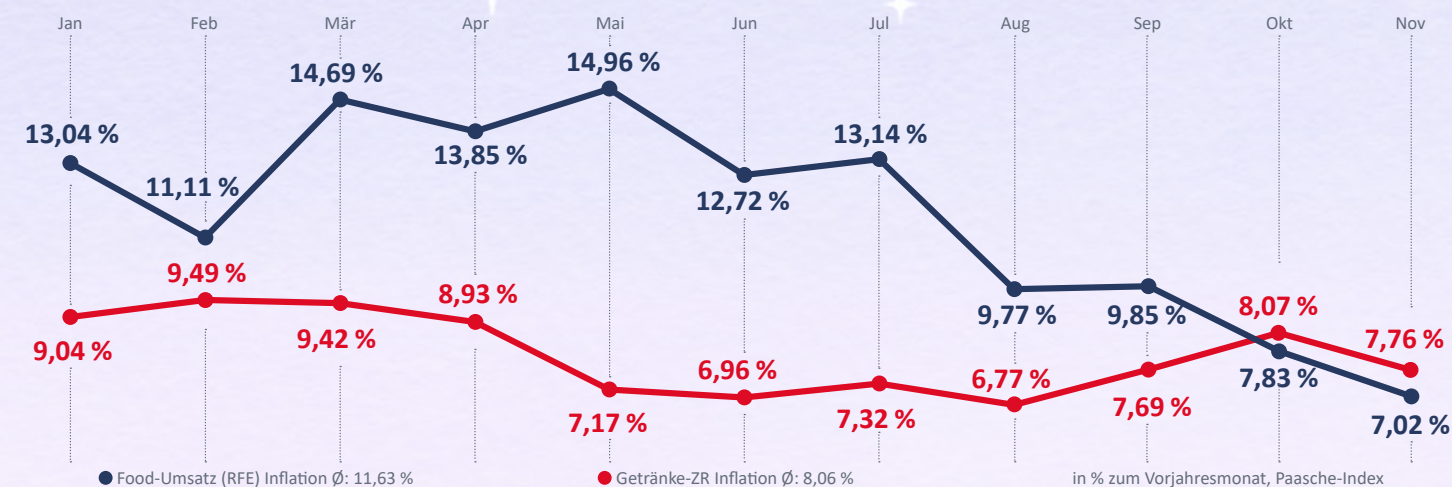


Höre nie auf,
nach den Sternen
zu greifen!

5. Aufsichtsrat

Im Rahmen der 60. Generalversammlung wurde Herr Kai Mattfeld zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrates gewählt. Bernd Christiansen legte sein Amt als Aufsichtsratsvorsitzender altersbedingt nieder. Torsten Fickert, Sebastian Kern und Hans-Jürgen Moog wurden als Nachfolger für die ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitglieder Udo Pfeifer, Bernd Christiansen und Jan Kunath neu in das Gremium gewählt.

6. Preisentwicklung Januar – November 2023



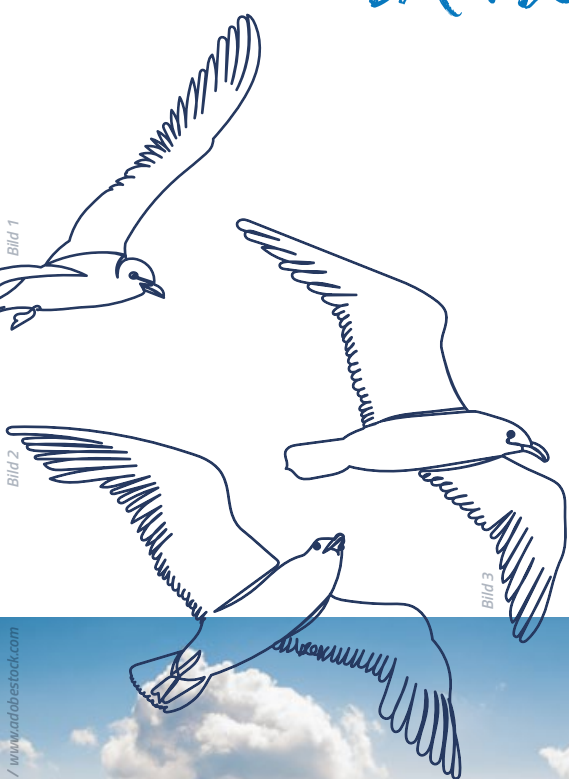
Hamburg, ik heff di bannig leef!*

AUSBLICK AUF DIE 61. GENERALVERSAMMLUNG

„Moin, Moin“ sagt man nicht – denn das bezeichnen die traditionsliebenden Ur-Hamburger und -Hamburgerinnen als Geschwätz. Dann also nur: Moin, Hamburg!

Wir freuen uns, Ihnen in dieser Ausgabe einen Vorgeschmack auf die kommende Generalversammlung geben zu können.

*Ich liebe dich!

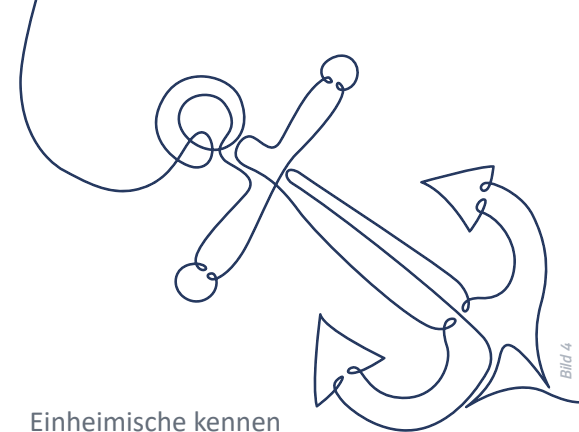


NAH AM WASSER GEBAUT

Die erste Erwähnung der nord-deutschen Hafenstadt an der Elbe ist auf 400 v. Chr. datiert. Zwischen 400 bis 600 n. Chr. besiedelten vornehmlich Sachsen das Gebiet. Im 8. Jahrhundert baute Karl der Große im Stadtkern die „Hammaburg“ – und

geboren war der „Urahn“ des heutigen Namens. Geschichtsträchtige Programmpunkte wird es neben der eigentlichen Generalversammlung auch geben, doch wir möchten Ihnen wie immer mehr bieten: Einblicke in ein urbanes Leben, so wie es

Einheimische kennen und lieben. Sie werden erleben, was hinter den Kulissen der touristischen Hotspots passiert, welche Orte wirklich sehenswert sind und welche Klischees in Bezug auf Hamburg tatsächlich zutreffen.



Sneak Preview:

DAS EXKLUSIVE RAHMENPROGRAMM

Am ersten Abend der Veranstaltung erwartet Sie ein erlesenes Menü mit traumhaftem Blick auf die Millionen Lichter der Hansestadt. Entspannen Sie bei einem köstlichen Getränk, atmen Sie die salzige Meeresluft tief ein und lassen Sie die Sorgen für einen Moment hinter sich. Sie haben Gelegenheit, sich mit anderen

Mitgliedern der FÜR SIE zu vernetzen, Informationen auszutauschen oder einfach nur den Augenblick zu genießen. Wasser spielt natürlich bei vielen der geplanten Aktivitäten und Programmpunkten eine Rolle. Ob sportlich oder kreativ, kulturell oder avantgardistisch: von allem ist etwas dabei. Besichti-

gen Sie beispielsweise das neue, hochmoderne REWE Lager in Henstedt, wo Sie innovative Technologien aus nächster Nähe begutachten können. Backen Sie kleine Brötchen oder verkosten Sie lokale Spezialitäten. Sie bevorzugen Adrenalin? Kein Problem, auch dafür ist gesorgt. Sie haben die Wahl.

Hamburg – Vokabeln für Insider:

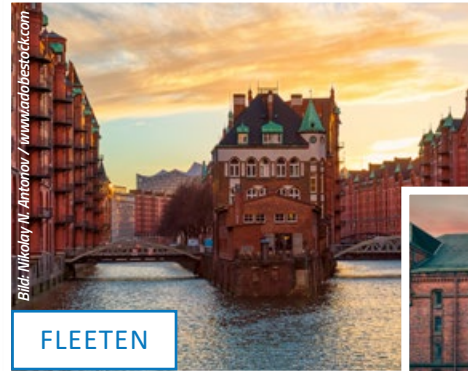
HUMMEL, HUMMEL. ALSTER. DOM.

Die korrekte Antwort auf den Ausruf „Hummel, Hummel“ lautet: „Mors, Mors!“ Der Gruß geht zurück auf eine lokale Kultfigur: Hans Hummels, bürgerlich Johann Wilhelm Bentz, lebte bis Mitte des 19. Jahrhunderts als Wasserträger in Hamburg. Er wurde von Kindern im Viertel mit den Worten „Hummel, Hummel“ geneckt. Seine Antwort darauf war stets: „Mors, Mors.“ Mors ist platt-

deutsch und bedeutet – wenig salonfähig – Arsch. Es soll eine Kurzform des niederdeutschen Ausspruchs „Klei di an’n Mors“ („Kratz dich am Arsch“) sein. Möchten Sie vermeiden, ausgelacht zu werden, bestellen Sie in Hamburger Kneipen besser Alster, kein Radler. Im Gegensatz zu anderen deutschen Regionen handelt es sich hier um Pils mit Zitronenlimo.

Der Dom steht in Köln. Klar. Aber in Hamburg heißt ein großes Volksfest ebenfalls Dom. Seine Fans werden dort dreimal im Jahr über mehrere Wochen hinweg mit Fahrgeschäften, Fischbrötchen und Zuckerwatte bespaßt. Wir freuen uns bereits jetzt darauf, gemeinsam mit Ihnen noch mehr Neues über die Stadt an der Elbe zu erfahren und sagen: „Up Weddersehen in Hamburch!“

MINIATUR WUNDERLAND



FLEETEN

HAFENSTRASSE

ELBPILHARMONIE



SPEICHERSTADT

REEPERBAHN

ST. PAULI

MICHEL



KÖNIG DER LÖWEN

Hätten Sie's gewusst?

6 FAKTEN ÜBER DIE HANSESTADT



1

Sie ist die zweitgrößte Stadt Deutschlands.

2

Es gibt 104 Stadtteile.

Unter anderem Blankenese, das Viertel mit den meisten Treppenstufen der Welt.

3

Die Stadt liegt nur 6 Meter über dem Meeresspiegel.

4

Weltrekord: 2.500 Brücken durchziehen sie.

Mehr als in Venedig, Amsterdam und London zusammen.

5

Es wohnen 1,89 Mio. Menschen in der Stadt, täglich ziehen über 8.000 Personen her.

6

Das Rathaus hat mehr als 640 Zimmer. Beachtlich!

Die smarte Lösung für kreative Saucenvielfalt!



Erfahre alles über **effiziente Saucen** im Handumdrehen!



ÜBERARBEITUNG DES KUNDEN- PORTALS DER FÜR SIE



Vom „EURELEC-Portal“ zum Kundenportal: 2017 bis heute

Das Thema Kundenservice stand seit der Gründung der FÜR SIE Handelsgruppe im Fokus unseres Handelns. Stetige Weiterentwicklungen haben von Anfang

an unser Tun bestimmt – sowohl auf der menschlichen und konditionellen als auch auf der technischen Seite. Insbesondere unser Kundenportal zeugt von unserem

Bestreben, Ihnen einen deutlichen Mehrwert zu bieten: Der aktuelle Relaunch ist das beste Beispiel dafür! Lesen Sie hier alles über die anstehenden Verbesserungen.

Ein Portal FÜR SIE: Informationsverlust war gestern

Mit Start des neuen Ordersatz-Geschäftsmodells hat die FÜR SIE auch ein neues Kundenportal für ihre Mitglieder eingeführt. Das war bereits Anfang des Jahres 2017. Ziel war es von Beginn an, alle für die Kunden interessanten und relevanten Informationen sowie alle Themen, die für die Zusammenarbeit zwischen Mitgliedsunternehmen und der FÜR SIE notwendig sind, an einem Ort zu bündeln und jederzeit abrufbar zu machen. Die Seite, über die zunächst nur die Abwicklung des EURELEC-Geschäfts möglich war – und von einem Teil der Kunden

lange als „EURELEC-Portal“ bezeichnet wurde – hat sich über die Jahre hinweg kontinuierlich weiterentwickelt. Nach einiger Zeit konnte das Portal schließlich alle Prozesse abbilden und damit das alte FÜR SIE NET vollständig ablösen. Aber auch darüber hinaus haben weitere Entwicklungen stattgefunden, um die genannten Prozesse immer weiter zu vereinfachen und neue Informationen hinzuzufügen. Wir sind davon überzeugt, dass wir noch lange nicht am Ende der Transformation angekommen sind und dass wir Ihnen eine

noch bessere Erfahrung bei Ihrer Zusammenarbeit mit der FÜR SIE bieten können. Bei der Konzeption mussten wir feststellen, dass das bestehende Kundenportal inzwischen vor allem technisch an seine Grenzen stößt. Daher wurde ein vollumfänglicher Relaunch beschlossen, bei dem nicht nur die bestehenden Funktionen in ein zeitgemäßes Design überführt, sondern auch alle geplanten Verbesserungen umgesetzt und neue Funktionen eingeführt werden können.

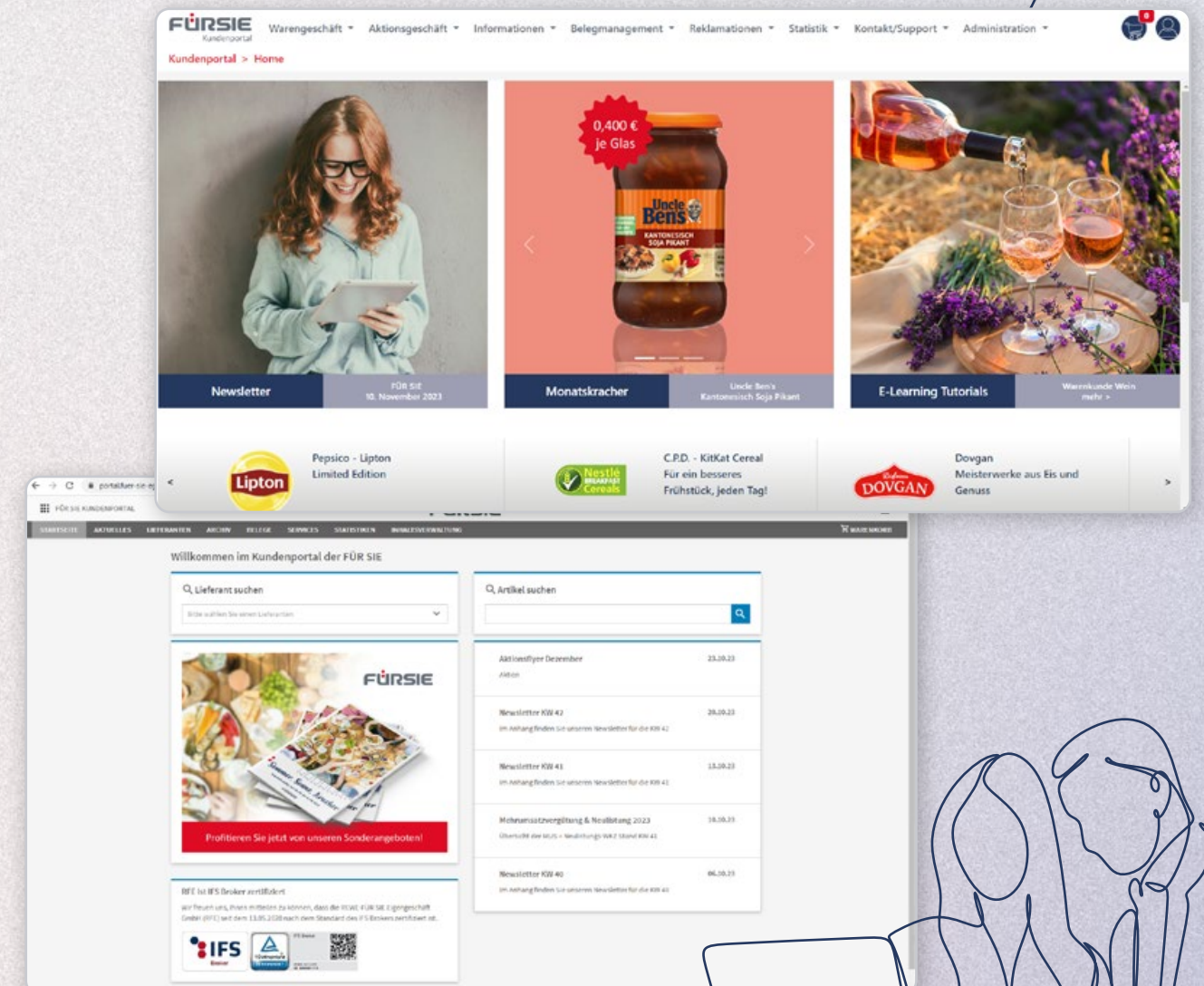
ALLES NEU IM ÜBERARBEITETEN KUNDENPORTAL

DÜRFEN WIR VORSTELLEN: VIER VERBESSERUNGEN AUF EINEN KLIICK!

Die neue Startseite: schnell erfasst

Die erste Veränderung wird direkt nach dem Login auf der Startseite deutlich spürbar. Sie finden dort auf einen Blick relevante Informationen und können Details dazu

mit einem Klick direkt ansteuern. Charakteristisch für das neue Design ist eine übersichtliche Kacheloptik, die Sie intuitiv durch das Portal navigieren lässt.



Warengeschäft: reine Zentralregulierung oder RFE

Der nächste Menüpunkt birgt wohl die größte Veränderung in der täglichen Arbeit: Neben den Ordersätzen der Lieferanten aus unserem Ordersatzgeschäft finden Sie in diesem Bereich zukünftig auch die Lieferanten, die wir ausschließlich über die

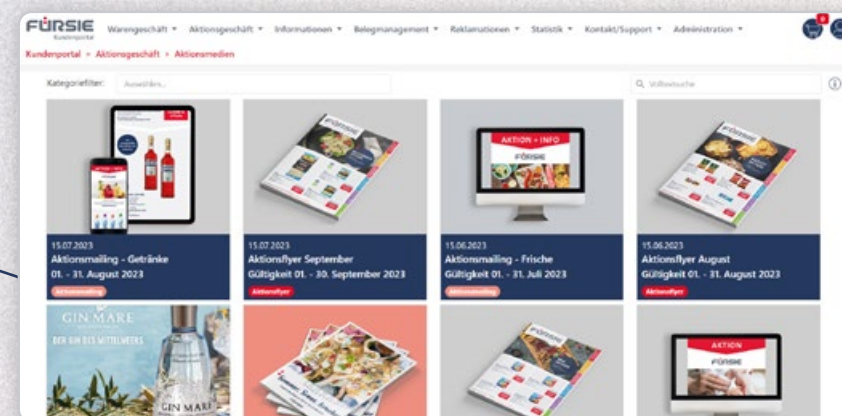
Zentralregulierung abwickeln, in gleicher Form aufbereitet. Wir stellen Ihnen die bekannten Preislisten und Kalkulationstabellen sowie alle Konditionsinformationen weiterhin separat zur Verfügung. Alle Artikel- und Preisinformationen finden Sie jedoch

auch in einer Ordersatztable wieder, die vollständig durchsucht und nach Ihren Wünschen gefiltert werden kann. Sie müssen also nicht vorab wissen, ob ein Lieferant über unsere RFE oder die Zentralregulierung abgerechnet wird. Eine spürbare Verbesserung.

Aktionen: wichtiger denn je

Um unsere attraktiven Aktionen noch weiter in den Fokus zu rücken, widmen wir diesen zukünftig einen eigenen Menüpunkt. Sie finden dort alle Aktionsmedien auf einen Blick.

Die in den Flyern beworbenen Artikel werden zusätzlich in einem separaten Aktions-Ordersatz ausgewiesen. So können Sie zukünftig noch einfacher von unseren Aktions-Konditionen profitieren.



Neben diesen drei großen Themen werden Sie abgesehen von den optischen Veränderungen sicherlich auch diverse kleine Verbesserungen bemerken, die wir an dieser Stelle zwar nicht alle aufzählen können, die Ihren Arbeitsalltag aber mit Sicherheit erleichtern werden.

Ausblick Reklamationen

Sukzessive werden wir auch den Reklamationsprozess weiter digitalisieren. Wir stellen Ihnen zum einen eine Liste aller aktuell offenen und bereits abgeschlossenen Reklamationen zur Verfügung, in der Sie in Echtzeit den Status Ihrer Reklamation nachvollziehen können.

Zum anderen werden Sie mit wenigen Klicks in der Lage sein, direkt aus dem Bereich für digitale Belege Ihre Reklamation an uns zu übersenden – ohne zusätzliche Anrufe oder E-Mails. Das stellt eine wesentliche Vereinfachung des gesamten Prozesses dar.

Wir freuen uns darauf, Ihnen das neue Kundenportal im ersten Quartal 2024 zur Verfügung zu stellen und Sie bei der Entdeckung der vielen neuen Funktionen zu unterstützen. Die Entwicklungen im Bereich Reklamationen werden wir im Laufe des nächsten Jahres nachreichen.

- Anzeige -

NEU

HiPP
BABYSANFT

HiPP Feuchttücher und Pants: Unsere Besten für Babys Haut



Nichts ist sanfter als HiPP Babysanft.

- ✓ Hautverträglichkeit dermatologisch bestätigt
- ✓ So sorgfältig hergestellt wie alles von HiPP
- ✓ HiPP Babysanft Pants mit 12h Auslaufschutz durch 3D Flex Passform

Dafür stehe ich mit meinem Namen.

Stefan Hipp



BILDUNGSREISE MIT ALTER EGO ITALY NACH *Padua*

Wie in allen anderen Branchen suchen auch die Friseurbedarfs-Großhandelspartner der CMC nach USPs ihrer Exklusivmarke ALTER EGO ITALY. In der Stärkung der Markenidentität sehen sie großes Potenzial, das sie durch das regelmäßige Angebot von Bildungsreisen heben möchten. Allen Teilnehmenden bot sich in diesem Jahr eine Fortbildung im schönen Padua an, wo sie in der renommierten ALTER EGO ITALY Akademie tiefe Einblicke in das Produktportfolio und im Anschluss das italienische Dolce Vita bekommen konnten.

Nach ihrer Ankunft in Venetien lernten sich die Teilnehmenden der diesjährigen Reise samstags bei einem ersten gemeinsamen Abendessen kennen. Die Gestaltung des Rahmenprogramms ist für ALTER EGO ITALY eine Selbstverständlichkeit. Bei der Auswahl der Restaurants wird immer darauf geachtet, dass sie einen regionalen Schwerpunkt haben und allen Ansprüchen gerecht werden. Dieses Mal kamen die Anwesenden in den Genuss der besten Küchen Paduas.

Derart gestärkt und vor allem motiviert gab es bereits am folgenden Sonntag die Möglichkeit, das Cut & Color Seminar in der ALTER EGO Akademie zu belegen. Zu Beginn wurde von Laura Luciani, Education Managerin bei ALTER EGO ITALY, die neue Pflegelinie EGOLINE vorgestellt. Darüber hinaus erläuterte sie die Hintergründe des Relaunchs und die wichtigsten Besonderheiten, auch im Hinblick auf Nachhaltigkeit.



Anschließend begannen die Trainer Andrea Pettenuzzo und Giuseppe Andresini mit dem praktischen Teil. Anhand der aktuellen Kollektion Personal Space Inspiration wurden fortgeschrittene Schnitt-, Colorations- und Finishtechniken mit einer Mischung aus Theorie und Step-by-Step-Umsetzung am Übungskopf gelehrt. Der Fokus lag hierbei auf Trendlooks, um im Salonalltag mehr Inspiration und Sicherheit in Schnitt und Farbe zu gewinnen. Während des gesamten Seminars ging das Team zudem auf alle Fragen ein.



Nach dem Lernen und Staunen genoss die Gruppe am Montag die ausführliche Sightseeing-Tour umso mehr. Im letzten Jahr bestand die Möglichkeit, das romantische Venedig zu erkunden, dieses Mal wurden die Teilnehmenden von einem ortskundigen Guide durch Padua, eine der ältesten Städte Italiens, geleitet. Hier wechseln sich architektonische Highlights und künstlerische Schätze ab. Nach einem gemeinsamen Mittagessen im Zentrum bestand die Möglichkeit, die verwinkelten Straßen auf eigene Faust zu erkunden.

Leider hatte die gelungene Veranstaltung zum Bedauern der Teilnehmenden ein Ende. Der Abschied fiel in einer der schönsten Städte Italiens natürlich besonders wehmütig aus. Versüßt wurde das Ciao jedoch durch die Gewissheit, das Maximum aus den vier Tagen herausgeholt zu haben. Die Gruppe verließ Padua motiviert, inspiriert und mit dem Wissen, das Erlernte direkt im Salon umsetzen zu können.

Für den CMC Fachgroßhandel war die Alter EGO Creative Hair & Travel Tour ein großer Erfolg.



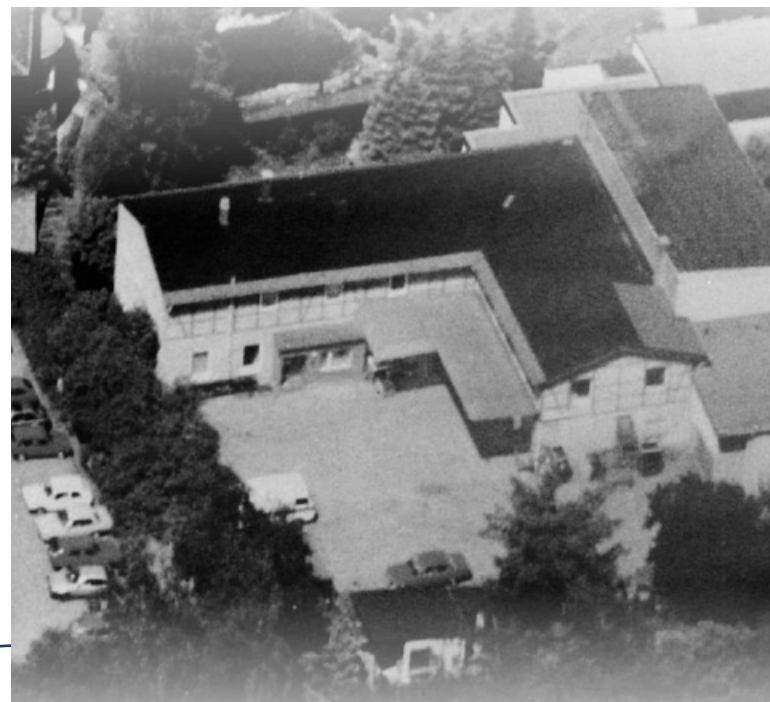
NEUN FRAGEN AN *Christian Heumann*



Christian Heumann, Vorstand EGV|AG



Die EGV wurde im Jahr 1928 gegründet und ist heute ein mittelständisches, tief verwurzeltes Traditionsunternehmen. Was nur die Wenigsten wissen: Die Abkürzung EGV leitet sich von seinem ursprünglichen Namen Eier und Geflügel Verkauf eG ab. Inzwischen wird es als Aktiengesellschaft geführt und bietet seiner B2B-Kundschaft wesentlich mehr als Geflügel und Eier: Die EGV ist seit Jahren ein Vollsortimenter mit hoher Frischekompetenz. Es wird Profi-Kundschaft aus der Gemeinschaftsverpflegung, im Gesundheits- und Sozialbereich, in der Bildung, Betriebsgastronomie sowie Hotellerie beliefert. Am Hauptstandort im westfälischen Unna sind 450 Personen beschäftigt, an den anderen sechs Standorten sind es weitere 600. Wir haben den langjährigen Vorstand Christian Heumann zum Gespräch getroffen.



1. Herr Heumann, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für uns nehmen. Sie haben die EGV maßgeblich durch Ihr umsichtiges Handeln geprägt. Ihnen liegen Ihre Mitarbeitenden am Herzen und Sie sind als nahbarer Mittelständler in der Region bekannt. Wo liegen die Stärken der EGV im Vergleich zu den Wettbewerbern?

Kundenzentriertes Handeln. Wir kennen und verstehen die Bedürfnisse unserer Kunden. Wertschätzung und Partnerschaft sind die Werte, die wir mit Mitarbeitenden, Kunden und Lieferpartnern leben. Wir machen unsere Arbeit einfach gerne.

2. Was sind die wichtigsten Wachstumsfelder der EGV und was waren die größten Erfolge, die Ihr Unternehmen verzeichnen konnte?

Unser Schwerpunkt ist nach wie vor der Gesundheits- und Pflegemarkt. Trotz schwierigem Marktumfeld sehen wir hier Wachstumspotenziale. Unser größter Erfolg ist, unser Wachstum erfolgreich so zu gestalten, dass wir nie das Wesentliche, unsere Kunden, aus den Augen verlieren. Zuverlässigkeit und unkompliziertes Handeln müssen immer einen sehr hohen Stellenwert behalten.

3. Sie setzen sich intensiv mit den Bedürfnissen Ihrer Kunden auseinander. Zum Beispiel bietet die EGV|SOLUTIONS eine Vielzahl an Weiterbildungen und Schulungen an. Das ist eine interessante Bereicherung in Ihrem Dienstleistungsportfolio und ein besonderer Service. Wie wird dieses Angebot angenommen?

Wir haben schon früh erkannt, dass wir nicht mehr nur Zustellgroßhändler sind, sondern auch genauso Dienstleister. Kunden brauchen nicht nur Ware, Kunden brauchen Lösungen. Mit EGV|SOLUTIONS bieten wir ihnen digitale Lösungen für ihre tägliche Arbeit. Das Angebot nutzen bereits viele Kunden und wöchentlich werden neue Teilnehmende aufgeschaltet. Wir möchten, dass unsere Kunden erfolgreich sind und wissen, dass ein professioneller Küchenbetrieb dafür digitale Unterstützung braucht.

4. Der Fachkräftemangel macht auch vor Ihrem Unternehmen nicht halt. Wie gehen Sie mit dieser Herausforderung um? Wie motivieren Sie Ihre Mitarbeitenden?

Die weichen Faktoren und insbesondere ein gutes Betriebsklima sind ein wichtiger Wohlfühlfaktor. Wir leben intern und extern eine Kultur des Vertrauens und der Persönlichkeit.



Bild: Alexander Raths / www.shutterstock.com

5. Der klassische LEH kämpft mit der hohen Inflation und einem eingetrübten Verbraucher-Vertrauen. Wirken sich diese Faktoren gleichermaßen bei Ihren Kunden aus? Geben diese den Druck ungefiltert an Sie weiter oder bewegen Sie sich innerhalb anderer Spannungsfelder?

Der durchschnittliche Wareneinsatz im Gesundheits- und Pflegemarkt liegt bei rund 4 Euro pro Person am Tag. Sicherlich nachvollziehbar, wie schwer es ist, damit einen Verpflegungsauftrag zu erfüllen. Wir helfen unseren Klienten durch Beratung, Prozessunterstützung sowie mit möglichen Alternativprodukten und Rezepten, die kostentechnischen Herausforderungen zu mindern. Ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis zeichnet uns aus und schafft Vertrauen bei unseren Kunden. Grundlage dafür ist eine effektive Beschaffung. Hierbei ist insbesondere die Zusammenarbeit mit der FÜR SIE intensiv, partnerschaftlich und erfolgreich.

6. Deutschlands Handelslandschaft ist von Krisen unterschiedlichen Ursprungs gebeutelt und muss sich einer zunehmenden Dynamik unterwerfen, um konkurrenzfähig zu bleiben. Welche Pläne haben Sie für die kommenden Jahre? Und welche Entwicklung werden aus Ihrer Sicht in Zukunft eine wichtige Rolle spielen?

Persönlichkeit, Kundennähe und Digitalisierung sind keine Gegensätze. Wir bleiben unseren Grundsätzen treu und passen uns gleichzeitig veränderten Rahmenbedingungen schnell an. Insbesondere die strukturellen Veränderungen und Konzentrationsprozesse in der Kundschaft fordern vom Handel ebenfalls klare und effektive Strukturen.

7. Standen Sie schon einmal vor einer heiklen Aufgabe oder einer besonderen Herausforderung, für die Sie keine einfache Lösung hatten? Wie haben Sie reagiert und wie sind Sie mit der schwierigen Situation umgegangen?

In Unternehmen mit Mittelstandsdenken gibt es für viele Themen keine Handlungsschablonen. Durch einen offenen und ehrlichen Austausch mit dem Team erfährt man viele Sichtweisen zu Sachverhalten und bekommt ein klares Bild. Gute Entscheidungen brauchen gute Grundlagen. Teamdenken auf allen Ebenen statt Elfenbeinturm ist für uns ein Erfolgsfaktor.

8. Auf welche Errungenschaften (beruflich und/oder privat) sind Sie besonders stolz?

Unsere Familie, mein Vater, mein Bruder und ich haben mit unserem Team in gemeinsamer harter Arbeit aus einem „Eierladen“ eines der führenden Unternehmen entwickelt. Die Wahrnehmung der Marke EGV ist durchweg positiv. Teil einer solchen Entwicklung sein und diese mitgestalten zu dürfen, erfüllt mich mit Dankbarkeit und Zufriedenheit.

9. Wie bekommen Sie Beruf und Privatleben unter einen Hut?

Für einen Menschen mit Mittelstandsdenken eine einfache Frage. Es gibt nur ein Leben und einen Hut. Beruf und Privat konkurrieren nicht miteinander, sondern sind Teil des aus meiner Sicht glücklichen Ganzen.

Bild: Maxim Zaitkov / www.adobe.com

Schweppes
1783
J. Schwegler

WHITE PEACH SPRITZ

DER APERITIF ZUM FEIERN

Freixenet
MEDIUM DRY
PREMIUM CAVA
PÉRIODIQUES
CARTA NEVADA



Die von der CMC in Deutschland exklusiv vertriebene Marke ALTER EGO ITALY hat ihr Sortiment innovativ erweitert. In einem Kölner Friseursalon wurde Ende Oktober im Rahmen einer lockeren Nachmittagsveranstaltung die überarbeitete Pflegeserie EGOLINE des italienischen Haarspezialisten ALTER EGO ITALY mit allen Produkten erstmalig vorgestellt.

Im Salon RICCI HAIR & BEAUTY im Kölner Stadtteil Rath-Heumar hatte ein exklusiver Kreis von 50 Teilnehmenden aus dem Großhandel, Friseurhandwerk und Fachjournalismus die Möglichkeit, die Produkte kennenzulernen. Vito Ricci und Dajana Lenk vom Trainingsteam der Marke ALTER EGO ITALY demonstrierten die Anwendung an anwesenden Models. Die Produkte wurden von den beiden Profis vorgestellt und die Anwesenden hatten Gelegenheit, Fragen zu stellen und sie auszuprobieren.



Gemeinsam ließ man den Nachmittag bei einem köstlichen italienischen Buffet und reichlich Getränken ausklingen – gut unterhalten von einem eigens aus Ibiza eingeflogenen DJ.

Dank der wunderbaren musikalischen Begleitung ging die Präsentation nahtlos in die Party über, die Vito gemeinsam mit zusätzlich eingeladenen Salonkund:innen bis spät in den Abend feierte.





Bild: Olga Krivokoneva Photo / www.shutterstock.com

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

MITGLIEDER- ZUGEHÖRIGKEIT

5 JAHRE

**Getränkesservice
Hofmeier & Furtmayr oHG**
Einsteinring 26
85609 Aschheim-Dornach
Zulassungstag: 29.10.2018

10 JAHRE

**Getränke Gefromm
GmbH & Co. KG**
Bebelstraße 161 – 163
44532 Lünen-Süd
Zulassungstag: 14.10.2013

Getränke Kießlinger GmbH
Industriering 6
94149 Breitengüßbach
Zulassungstag: 01.07.2013

**Groß + Klein Getränke
GmbH & Co. KG**
Königsbahnstraße 11
66538 Neunkirchen/Saar
Zulassungstag: 01.07.2013

**Resonus Warenhandels-
gesellschaft mbH & Co. KG**
Alter Wall 32
20457 Hamburg
Zulassungstag: 09.12.2013

**Splendid Drinks G+L
Hannover GmbH**
Gleiwitzer Str. 10 – 22
30855 Langenhagen
Zulassungstag: 01.07.2013

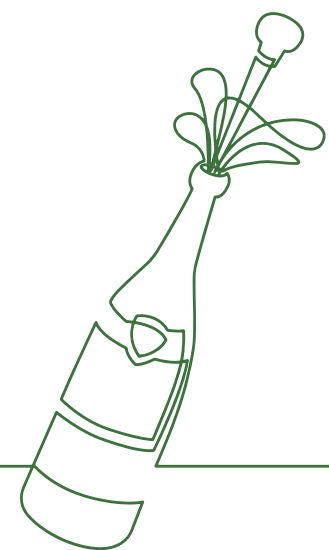


Bild 1

25

MITGLIEDERZUGEHÖRIGKEIT

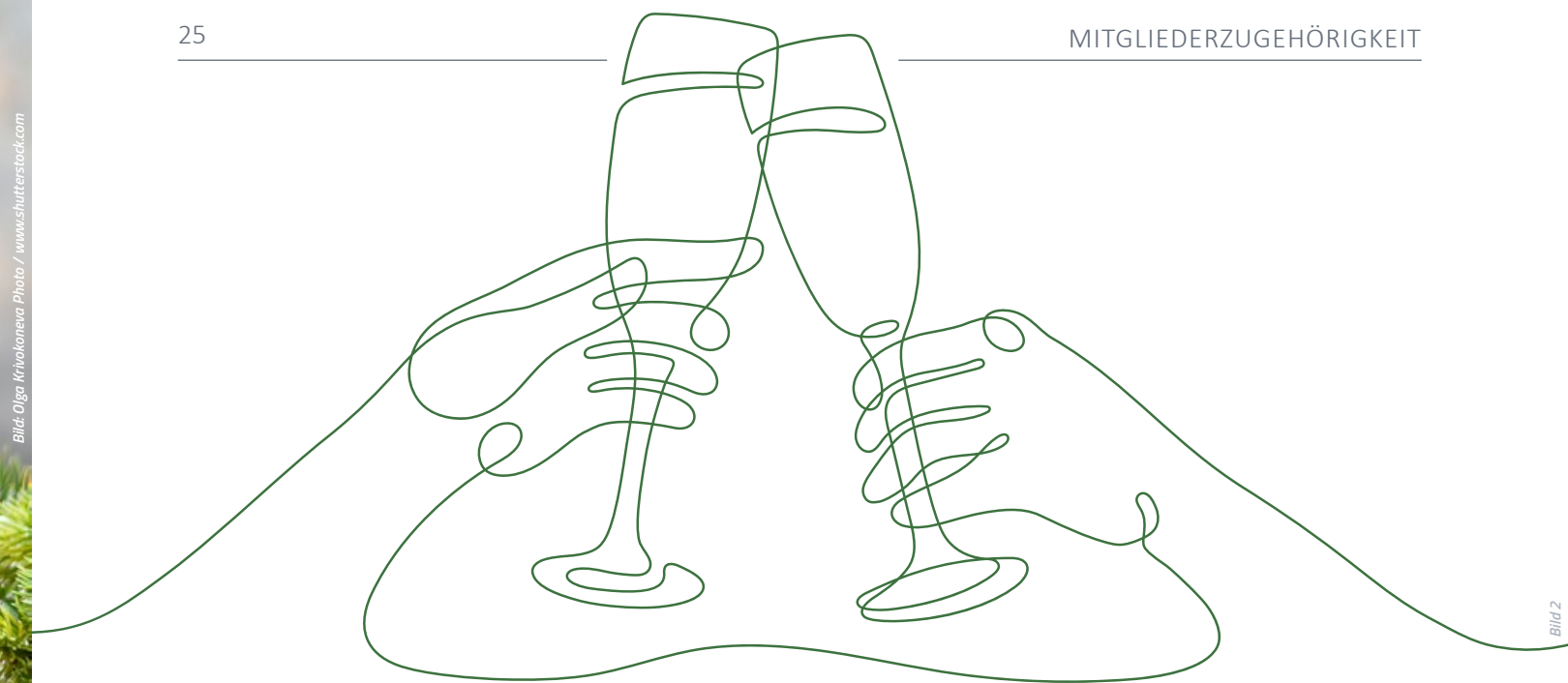


Bild 2

15 JAHRE

alldrink GmbH
Im Breitspiel 5
69126 Heidelberg
Zulassungstag: 10.11.2008

25 JAHRE

M. Hubauer GmbH
Neuteichnitzer Str. 39
02625 Bautzen
Zulassungstag: 24.09.1998

Miesbacher Gastroservice GmbH
Am Windfeld 44 + 46
83714 Miesbach-Nord
Zulassungstag: 09.12.1998

Schwälbchen Frischdienst GmbH
Robert-Koch-Straße 44
55129 Mainz
Zulassungstag: 05.11.1998

30 JAHRE

Schluckspecht Getränke GmbH
Heinrich-Hopf-Straße 13
65936 Frankfurt am Main
Zulassungstag: 29.11.1993

35 JAHRE

Schloss-Quelle Mellis GmbH
Ruhrorter Straße 16
45478 Mülheim an der Ruhr
Zulassungstag: 27.10.1988

Bild 1: OneLineStock / www.adobestock.com, Bild 2: Blinx / www.shutterstock.com

QUALITÄT, die wie selbstgemacht schmeckt!

aus 100 %
deutschen Kartoffeln



Hans Henglein & Sohn GmbH - Beerbachstraße 19 - 91183 Abenberg

„Wein generiert eine kompetente Strahlkraft und attraktive Erträge. In Verbindung mit einer längeren Verweildauer im Markt erhöht sich die Chance auf eine intensivere Kundenbindung und Zusatzverkäufe signifikant.“

Bernd Hausner, Vorstand und Chief Marketing & Sales Officer, Mack & Schühle AG

MASSGESCHNEIDERT: *Weinkompetenz mit System*

Der eine schwelgt in minutenlangen Monologen zu den Ausprägungen seines Lieblingsweins, der andere nimmt Reißaus, wenn die Rede von Aromenvielfalt und Rebsorten ist. Dass Wein ein anspruchsvolles Thema sein kann – vor allem, wenn es darum geht, seiner Kundschaft das perfekte Sortiment zu präsentieren – ist Fakt. Wir bieten Ihnen ab sofort einen Service, mit dem es Ihnen gelingt, den Herausforderungen der Warengruppe zu begegnen und beträchtliche Umsatzsteigerungen zu erzielen.

Die Welt des Weins ist facettenreich: ausgeprägte Aromen, exotische Düfte, lebendige Frische, beerige Noten. Er kann als starker Solist oder wandelbarer Begleiter verschiedenster Speisen auftreten. Jeder Wein erzählt seine eigene Geschichte. Die Bandbreite ist groß und deckt alle Vorlieben ab. Diese Tatsache ist gleichermaßen ein Vorteil wie auch eine Hürde, die es zu nehmen gilt: Wie schafft man es gleichzeitig, Potenziale auszuschöpfen, ein optimales Sortiment zu bieten und den Ertrag zu steigern?

„Wir bieten eine Dienstleistung in einem Sortiment voller Emotionen und Ertragschancen, die neben Beratung und Betreuung auch Lösungen für eine effiziente Beschaffung anbietet und auf Herausforderungen eingeht.“

Dana Battenberg
CM-Wein
FÜR SIE eG

SORTIMENTSSTÄRKE DURCH INDIVIDUALISIERUNG

Die Antwort auf diese Frage gibt Ihnen unsere Ansprechpartnerin für das Category Management Wein Dana Battenberg. Im Fokus des Projektes steht die strategische Gestaltung Ihres Weinangebots, um die Bedürfnisse und Vorlieben Ihrer Kundschaft zu verstehen, sie zu überraschen und zu begeistern. Signifikante Absatzchancen werden methodisch erkannt und professionell durch das Wecken von Emotionen gehoben.

Um der Dynamik und der Vielschichtigkeit des Weinmarktes gerecht zu werden, arbeiten wir mit Mack & Schühle, einem erfolgreichen Familienunternehmen aus der Wein- und Spirituosenbranche, zusammen. Der

Fachhändler zeichnet sich auch im Handelsmarkenbereich durch Kompetenz, langjährige Erfahrung und Leidenschaft aus. Moderne Technologien und Datenanalysen ermöglichen es uns, Präferenzen besser zu verstehen und Empfehlungen auszusprechen. Dies schafft nicht nur Vertrauen, sondern weckt auch Begeisterung. Die Konsequenz: Sie binden die Kundschaft langfristig an sich und die Umsätze im Segment Wein stabilisieren sich auf hohem Niveau. Um Ihnen neue Möglichkeiten aufzuzeigen und das vorhandene Potenzial voll auszuschöpfen, stellen wir für Sie Auswertungen und Sortimente zusammen, die auch Trends in der Waren-

gruppe Wein berücksichtigen. Wir präsentieren Ihnen ein maßgeschneidertes Portfolio, das sowohl Dauerbrenner, Newcomer als auch Geheimtipps abdeckt.

Category Management geht über das Regal hinaus

Emotionale Verbindung durch Auswahl und Präsentation

DEM WETTBEWERB MEHR ALS EINE NASENLÄNGE VORAUSS

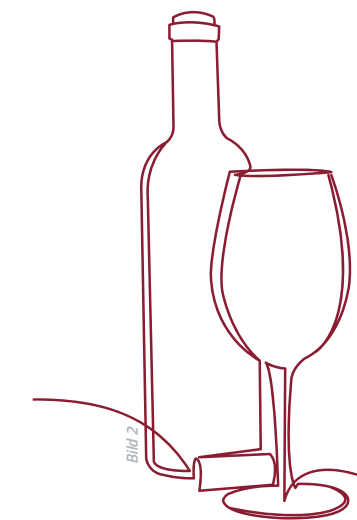
Im Rahmen eines Pilotprojektes in ausgewählten Getränkefachmärkten konnten erste aussagekräftige Absatzdaten ermittelt werden. Diese zeigen entgegen der allgemeinen, negativen Entwicklung im Bereich Getränkeabholmärkte sowohl im Absatz als auch Umsatz eine deutliche Steigerung von bis zu 40 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Was Ihre Kundschaft erwartet, ob und welche Produkte sie am POS strategisch oder impulsgesteuert auswählt – wir verfügen über all diese Informationen. Aufgrund der steigenden Lebensmittelpreise sparen Menschen zuerst an Luxusgütern wie Fleisch und Wein. Dem entgegen stehen der Trend zu einer Premiumisierung und die Notwendigkeit der Ertragssicherung. Unser Ziel ist es, ein Gleichgewicht im Regal

herzustellen, um allen Personengruppen Angebote machen zu können.

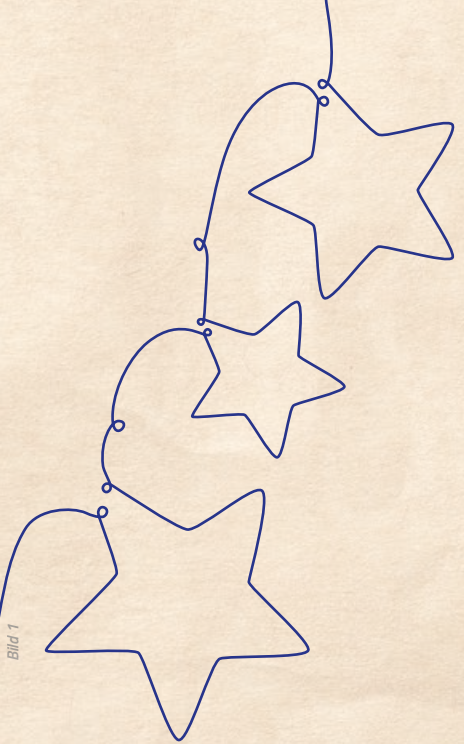
Wir überführen die Empfehlungen in konkrete Platzierungsvorschläge, um die Anziehungskraft der Produkte zu maximieren. Unser ganzheitlicher Ansatz beinhaltet auch Unterstützung bei der Entwicklung eines Ladenbaukonzepts sowie beim Umbau der Weinabteilung, da die aufmerksamkeitsstarke Präsentation der Ware eine Kunst für sich ist. Mack & Schühle und unsere Ladenbau-Partner bieten zahlreiche attraktive Gestaltungsmöglichkeiten.

Wenn Sie Interesse an unseren Beratungsleistungen haben und mehr darüber erfahren möchten, wie Sie Ihr Weinangebot optimieren und die Loyalität Ihrer Kundschaft steigern können, kontaktieren Sie uns gerne.



IHRE CM-WEIN-ANSPRECHPARTNERIN:

Dana Battenberg
Category Management Wein
Tel: 0221/16041-103
Mail: dana.battenberg@fuer-sie-eg.de



THE BAHLSEN FAMILY

Deutsche Backtradition seit 1889

**Wir backen Qualität
mit Verantwortung –
perfekt abgestimmt
auf Ihre Bedürfnisse**

Gebäck steht für Genuss und Lebensfreude: Generationen verbinden das süße Keks-Vergnügen mit dem Namen Bahlse und das seit mehr als 130 Jahren. Der unverkennbare Geschmack, die gleichbleibend hohe Qualität und das Vertrauen in die Produkte haben Bahlse zu dem gemacht, was es heute ist: ein erfolgreiches Familienunternehmen.

Vom „Cakes“ zum Keks

Am 1. Juli 1889 von Hermann Bahlse in Hannover gegründet, erreichte die „Hannoversche Cakesfabrik H. Bahlse“ schnell einen hohen Bekanntheitsgrad. Hermann Bahlse hat aber nicht nur den Butterkeks mit den 52 Zähnen erfunden, sondern ihm ist auch das Wort „Keks“ zu verdanken, welches er vom

englischen „Cakes“ ableitete. Mit der Einführung des ersten Fließbandes in Europa im Jahr 1905 wurde zudem ein Meilenstein gesetzt, der heute nicht mehr aus der Wirtschaft wegzudenken ist. Darauf folgte über ein Jahrhundert voller Ideen, die insbesondere den Keksmarkt geprägt und vorangetrieben haben.



Ein Sortiment für jeden Anlass

Dank breit aufgestellten Marken erreicht Bahlse weltweit täglich zahlreiche Genussfans.

Die Marke Bahlse bietet Produkte zum Genießen und macht Momente dadurch zu etwas Besonderem. Das vielfältige und hochwertige Sortiment ist das Ergebnis von über 130 Jahren Handwerkskunst mit viel Liebe zum Detail.

LEIBNIZ hingegen ist die Nr.-1-Marke im Keks-Segment und kreiert seit über vier Generationen Produkte für Familien aller Art. Dabei ist die Marke ein steter Begleiter im Familienalltag, auf die man sich mit gutem Gewissen verlassen kann.

PICK UP! ist der leckere Keksriegel mit dem „KNACK“ – eine einzigartige Kombination aus hochwertiger knackiger Schokolade und zwei knusprigen Keksen. Bei PICK UP! ist die Devise, dass man mit einer positiven Einstellung alles erreichen kann.

Unter der Keksmarke BRANDT werden Hobbits angeboten, die mit Haferflocken und Weizenvollkornmehl gebacken werden. Sie sind die wertvolle Alternative für alle, die bei Keksen Wert auf vollen Geschmack legen und auf gute, ballaststoffhaltige Zutaten nicht verzichten wollen.

Auch die leckeren Kekse der Marke HIT sind ein allseits beliebtes Gebäck. Sie bestehen aus zwei knusprigen Keksen mit einer feinen Schokoladenfüllung.

So überzeugen alle Marken von Bahlse mit ihrer Einzigartigkeit und ihren passenden Verzehrsmomenten. Egal ob am Vending-Automaten, im Betriebsrestaurant oder zum Heißgetränk serviert: Bahlse-Produkte erfüllen die Ansprüche Ihrer Kundschaft. Dabei stehen hochwertige Zutaten und ein einzigartiger Geschmack – ohne Zusatz von Farb- und Konservierungsstoffen – im Fokus.

Für unsere Zukunft

Um dem Umweltschutz gerecht zu werden, verwendet Bahlse für seine in Europa produzierten Gebäcke 100 % recyclingfähige Verpackungen aus Pappe und Papier. Zusätzlich wird die Wert-

schöpfungskette verbessert, indem die Lebens- und Arbeitsbedingungen für Menschen in den Anbaugeländen sowie die Beschaffung optimiert und transparent gestaltet werden.





WELCHE STATIONEN KONNTEN DIE GÄSTE DURCHLAUFEN UND WELCHEN MEHRWERT HATTEN SIE?

1

KOMMISSIONIERUNG

Diese Station zeigte eine Muster-Palette mit Vollgut sowie verschiedenen Gebindetypen, um die Stapelhöhen zu verdeutlichen. Ziel war es hier, eine Best-Case-Kommissionierung zu demonstrieren, die durch eine stapelgerechte Bestellung des Marktes ermöglicht werden kann.



2

LOGIPACK TRAYS

Hier wurde den Anwesenden das Ersatzgebilde der LOGIPACK Trays vorgestellt. Die LOGIPACK Trays werden ausschließlich eingesetzt, um sortenreines Leergut im Gebinde 0,33 l bzw. 0,5 l nach Flaschentyp zurückzuführen. Für einen optimalen und stabilen Transport muss zwingend beachtet werden, auf einer Europalette keine 0,33-l- und 0,5-l-Ladungsträger zu mischen. Einige Märkte in der Region nutzen diese Technik bereits mit Erfolg.

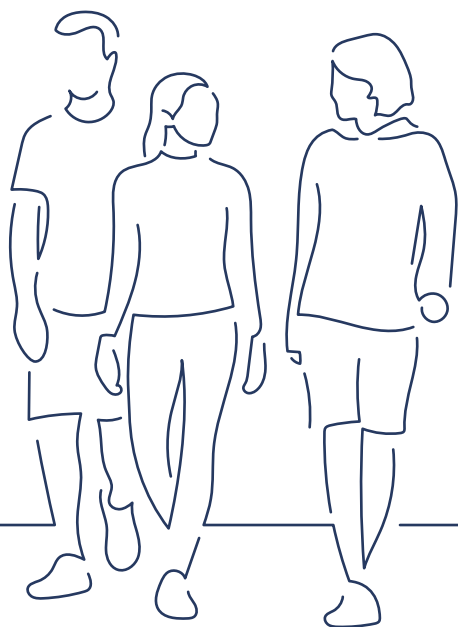
Auf einer Europalette können 20 LOGIPACK Trays à 40 x 0,5-l-Flaschen platziert werden. So können 800 Flaschen auf einmal zurückgeführt werden. Bei den 0,33-l-Flaschen liegt die Rückführmenge pro Europalette sogar bei 960 Flaschen, denn hier passen 48 Flaschen à 0,33 l auf ein Tray.

Rückblick: REWE WARENERLEBNISTAG

In diesem Jahr nahm die **FÜR SIE LHV** erstmalig am Warenerlebnistag der REWE Region Ost am 7. September 2023 in Magdeburg teil. Aufgebaut als eine Art „Waren-Festival“ mit unterschiedlichen

Warenwelten lud die Messe die REWE Kaufleute sowie ihr Marktpersonal dazu ein, die Produktvielfalt aus den Sortimentsbereichen Food/Non-Food sowie Getränke zu entdecken. In der Warenwelt „Getränke“ teilte sich die FÜR SIE LHV gemeinsam mit ihren größten Getränkefachgroßhandelspartnern der Region Ost – Trinks GmbH und Splendid Drinks AG – einen Messestand.

Ziel der Messe war es, mehr Sichtbarkeit für das Thema Mehrweg zu schaffen und das Interesse der Beschäftigten in den Märkten zu steigern. Kern des Standkonzeptes waren daher drei interaktive Stationen zu den Themen Kommissionierung, LOGIPACK und Flaschensortierung. Im direkten Gespräch waren auch die aktuellen Probleme der Mehrweglogistik ein drängendes Thema. Im Verkaufsalltag gehen diese Sorgen und Anliegen aufgrund fehlender Zeit häufig unter, sodass auf dem Warenerlebnistag gemeinsame Lösungsansätze diskutiert werden konnten.





Naturkosmetik aus dem Allgäu



3 FLASCHENSORTIERUNG

In diesem Bereich stand die Feinsortierung des Leerguts im Vordergrund. Die Station wurde dafür genutzt, um auf mögliche Sortierfehler in den Märkten hinzuweisen. Zudem sollten die daraus resultierenden Herausforderungen für den GFGH verdeutlicht werden, die Pfandwerte des Leergutes zu ermitteln.

Die aufgestellte Leergutpalette diente zudem als Basis für ein Gewinnspiel: Die Messegäste konnten ihr Glück versuchen und den Pfandwert der aufgestellten Leergutpalette schätzen. Als Hilfestellung diente die vorherige Flaschensortierung, bei der die Teilnehmenden die Pfandwerte der unterschiedlichen Flaschen kennenlernen konnten. Neben den Hauptgewinnen – VIP-Karten für das Fußballspiel Hansa Rostock vs. Hertha BSC sowie einem Gutschein für ein Familienwochenende im Tropical Island Resort – wurden auch kleinere Sachpreise wie Schlüsselanhänger oder Kugelschreiber verlost.

Darüber hinaus wurden am Messestand auch die Möglichkeiten des digitalen Lieferscheines inklusive der Handhelds und Bondrucker des Anbieters Consult vorgestellt. Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Warenerlebnistag eine spannende Erfahrung mit vielen neuen Erkenntnissen war. Wir freuen uns auf zukünftige Veranstaltungen wie diese!



Bergland - natürlich eine gute Wahl

- ✓ Zertifizierte Naturkosmetik
- ✓ Hochwertige, natürliche Inhaltsstoffe
- ✓ Nachhaltige Pflegeprodukte für die ganze Familie
- ✓ Im Allgäu entwickelt und hergestellt

*Entdecken Sie, wie wirkungsvoll
Natur sein kann...*





EVENTS

2024


26. + 27.01.2024
0711 Spirits

Messe für hochwertige Spirituosen, Stuttgart
www.0711spirits.de

28. – 31.01.2024
ISM

Weltleitmesse für Süßwaren und Snacks, Köln
www.ism-cologne.de

28. – 31.01.2024
ProSweets

Die internationale Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie, Köln
www.prosweets.de

03. – 07.02.2024
Intergastra

Leitmesse für Hotellerie und Gastronomie, Stuttgart
www.messe-stuttgart.de/intergastra

12. + 13.02.2024
Nord Gastro & Hotel

Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie, Husum
www.nordgastro-hotel.de

13. – 16.02.2024
BIOFACH

Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel, Nürnberg
www.biofach.de

19. – 22.02.2024
Anuga FoodTec

Die Anuga FoodTec macht sich auf den Weg in die Zukunft, Köln
www.anugafoodtec.de

27. – 29.02.2024
EuroCIS

Fachmesse für Retail Technology, Düsseldorf
www.eurocis.com

08. – 12.03.2024
Internorga

Int. Leitmesse für den ges. Außer-Haus-Markt, Hamburg
www.internorga.com

10. – 12.03.2024
ProWein

Int. Fachmesse für Weine und Spirituosen, Düsseldorf
www.prowein.de

14.03.2024
Digitales Kundenforum der FÜR SIE
23. + 24.03.2024
TOP HAIR

Fachmesse der Friseurbranche, Düsseldorf
www.top-hair-international.de

25. – 27.03.2024
IFE

International Food & Drink Event, London
www.ife.co.uk

04. – 07.04.2024
Slow Food Messe

Markt des guten Geschmacks, Stuttgart
www.messe-stuttgart.de/marktdegutengeschmacks

07.04.2024
BioWest

Die regionale Messe für den Biofachhandel, Düsseldorf
www.biomessen.info/biowest

09.04.2024
COIFFEUR-CMC Großhandelsbörse

Einkaufs- und Kommunikationsbörse COIFFEUR-CMC, Köln
www.fuer-sie-eg.de

13. – 15.04.2024
Sachsenback

Fachmesse für das Bäcker- und Konditorenhandwerk, Dresden
www.messe-stuttgart.de/sachsenback

21.04.2024
BioOst

Die regionale Messe für den Biofachhandel, Leipzig
www.biomessen.info/bioost

06. – 08.06.2024
61. Generalversammlung FÜR SIE eG

Hamburg
www.fuer-sie-eg.de

19. + 20.06.2024
SNACKEX

Int. Ausstellung für salzige Snacks und Nüsse, Hamburg
www.nmessen.com/snackex

12.09.2024
FÜR SIE Messe

Köln
www.fuer-sie-eg.de

29.09.2024
BioSüd

Die regionale Messe für den Biofachhandel, Augsburg
www.biomessen.info/biosued

13.10.2024
BioNord

Die regionale Messe für den Biofachhandel, Hamburg
www.biomessen.info/bionord

22. – 24.11.2024
Veggie & frei von

Das Messe-Duo für gesunde und ganzheitliche Ernährung, Stuttgart
www.messe-stuttgart.de/veggie

26. – 28.11.2024
BrauBeviale

Int. Fachmesse für die Produktion und Vermarktung von Getränken, Nürnberg
www.braubeviale.de

- Anzeige -



SCHON PROBIERT?

Have a break, have a



- Anzeige -



Cremige Nuss. Knackiger Umsatz.



Bild: Ricardo Costa / www.dobestock.com

WIR SIND DAS
TEAM DER

LHV



NIKLAS MÜLLER

Bereichsleitung Kooperationen
und Dienstleistungen
Geschäftsführung GVG & LHV
Telefon: + 49 (0) 221 16041-660
Niklas.Mueller@fuer-sie-eg.de



RALF STÄBLEIN

FBL Kunden-/
Geschäftspartnerbetreuung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-640
Ralf.Staeblein@fuer-sie-eg.de



NANCY ALISCH

Hotline/Stammdaten
Telefon: + 49 (0) 221 16041-645
Nancy.Alisch@fuer-sie-eg.de



KERIMA HAMBACH

Hotline/Stammdaten
Telefon: + 49 (0) 221 16041-651
Kerima.Hambach@fuer-sie-eg.de



VIVIANNE BERBERICH

Assistenz
Telefon: + 49 (0) 221 16041-613
Vivianne.Berberich@fuer-sie-eg.de



JUTTA PUKIES

Hotline/Stammdaten
Telefon: + 49 (0) 221 16041-644
Jutta.Pukies@fuer-sie-eg.de



CARMEN NAASE

Hotline/Stammdaten
Telefon: + 49 (0) 221 16041-647
Carmen.Naase@fuer-sie-eg.de



JEAN PASCAL KNEIP

Kfm. Assistenz
Telefon: + 49 (0) 221 16041-641
Jean-Pascal.Kneip@fuer-sie-eg.de



ALI ASLAN

Fachbereichsleiter Logistikabrechnung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-650
Ali.Aslan@fuer-sie-eg.de



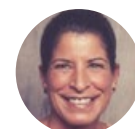
DANIEL MEHLFELD

Koordination Streckenabrechnung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-629
Daniel.Mehlfeld@fuer-sie-eg.de



ANKE SILKE JOSCHKO-ADAMEK

Abrechnung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-632
AnkeSilke.Joschko-Adamek@fuer-sie-eg.de



VERENA BORTOLOLOTTO

Operative Streckenkoordination
Abrechnung/Reklamation
Telefon: + 49 (0) 221 16041-642
Verena.Bortolotto@fuer-sie-eg.de



TINO BECKER

Sachgebietsleitung Konditionen/
Streckeneinkauf
Telefon: + 49 (0) 221 16041-621
Tino.Becker@fuer-sie-eg.de



JOLANTHE BACHMANN

Konditionsbearbeitung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-622
Jolante.Bachmann@fuer-sie-eg.de



CHRISTOF KRÜGER

Konditionsbearbeitung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-624
Christof.Krueger@fuer-sie-eg.de



LASSE KAMPHAUSEN

Daten- und Abrechnungsspezialist
Telefon: + 49 (0) 221 16041-627
Lasse.Kamphausen@fuer-sie-eg.de



MICHELLE WATELER

Abrechnung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-637
Michelle.Watteler@fuer-sie-eg.de



ANNE MALZKORN

Stammdatenmanagement
Telefon: + 49 (0) 221 16041-636
Anne.Malzkorn@fuer-sie-eg.de



ANDREA BRAUN

Koordination LOP
Telefon: + 49 (0) 221 16041-623
Andrea.Braun@fuer-sie-eg.de



ANJA KOTTMANN

Konditionsbearbeitung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-634
Anja.Kottmann@fuer-sie-eg.de



LENA ELBIN

Konditionsbearbeitung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-631
Lena.Elbin@fuer-sie-eg.de



CHRISTIANE DEVINDINAT

Konditionsbearbeitung
Telefon: + 49 (0) 221 16041-635
Christiane.Devindinat@fuer-sie-eg.de

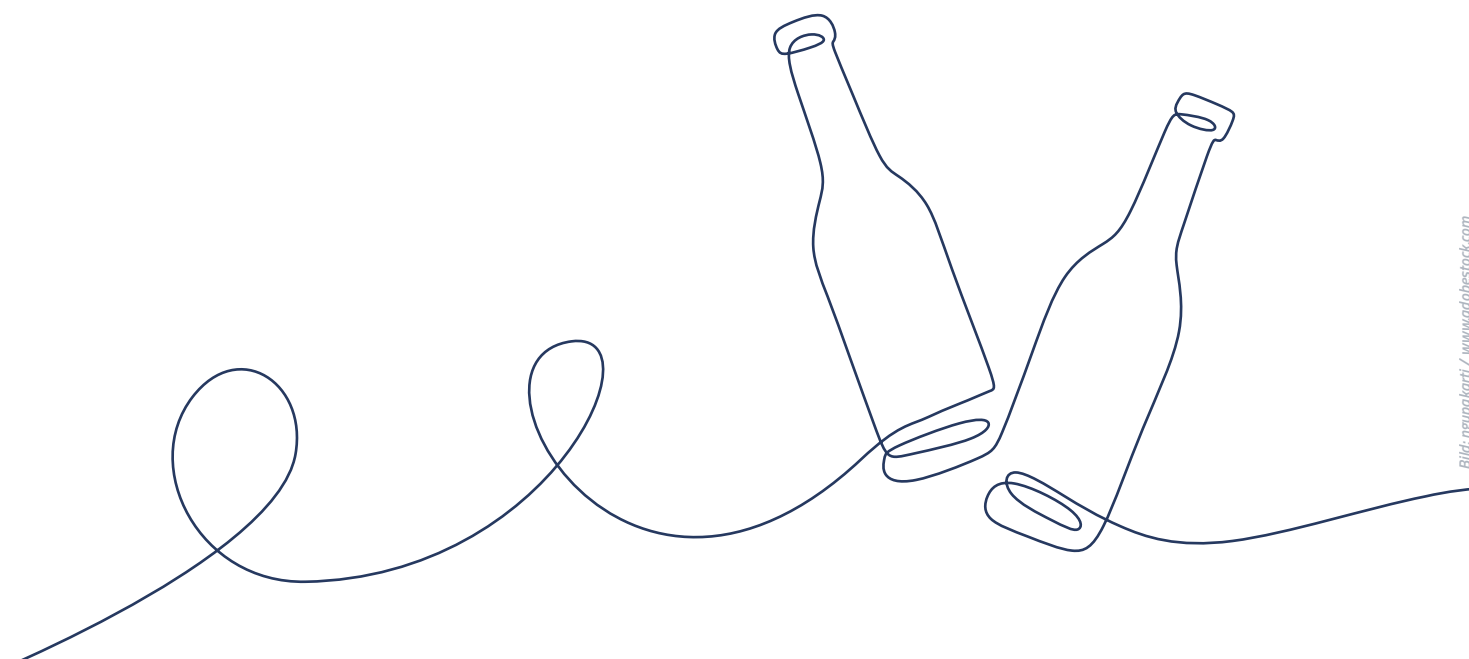


Bild: ngupakarti / www.dobestock.com



NIKLAS MÜLLER

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Sportliche Aktivitäten wie Joggen, Tennis, Wandern oder Skifahren. Außerdem sind mir meine Familie und Freunde sehr wichtig.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Humorvolle, vertrauensvolle und bereichernde Momente mit Freunden, der Familie und natürlich auch Kollegen und Kolleginnen zu erleben. Außerdem eine stetige persönliche Weiterentwicklung und das Kennenlernen neuer Perspektiven und Horizonte.

Was ist Deine persönliche Vision?

Eine positive Gestaltung und Beeinflussung des Lebens sowie der Freundschaften und aller sonstigen zwischenmenschlichen Beziehungen.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE ist ein tolles Unternehmen, das jedem und jeder die Möglichkeit bietet, sich zu entwickeln und neue berufliche Perspektiven einzunehmen.

VIVIANNE BERBERICH

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Nach der Arbeit gehe ich gerne spazieren oder schwimmen. Ich unternehme auch viel mit meinen Freunden oder mit meiner Familie.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Mir ist wichtig, dass ich meine Ziele erreiche, sodass ich mir ein glückliches und zufriedenes Leben gestalten kann. Außerdem ist mir wichtig, dass es den Menschen, die mir am Herzen liegen gut geht und sie gesund bleiben.

Was ist Deine persönliche Vision?

Ich möchte weiterhin mit einer positiven Lebenseinstellung durchs Leben gehen und durch neue Herausforderungen über mich hinauswachsen.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bedeutet für mich stetige Weiterentwicklung. Sowohl beruflich als auch privat hat mir das Unternehmen schon viele Möglichkeiten geboten, an mir zu arbeiten und mich zu entwickeln.

RALF STÄBLEIN

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Mein Ausgleich zur Arbeit sind sportliche Aktivitäten, wie Joggen, Tennis, Wandern oder Snowboarden, sowie meine Familie und Freunde.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Für mich sind vertrauensvolle, bereichernde und humorvolle Momente mit Freunden, Familie und natürlich auch dem Team sehr wichtig. Momente, in denen ich mich persönlich weiterentwickeln kann und neue Perspektiven und Horizonte kennen lernen darf.

Was ist Deine persönliche Vision?

Das Leben soll durch zwischenmenschliche Beziehungen, egal ob beruflich oder privat, möglichst positiv gestaltet und beeinflusst werden.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bietet den Mitarbeitenden neue berufliche Perspektiven sowie stetige Entwicklung. Sie ist einfach gesagt ein tolles Unternehmen.



JEAN PASCAL KNEIP

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Regelmäßig treffe ich mich mit Freunden zum gemeinsamen Billardspielen.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Freunde und Familie.

Was ist Deine persönliche Vision?

Man kann es nicht allen recht machen, aber es schadet nicht, es zumindest zu versuchen.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Ein neues berufliches Zuhause und die Chance, Mehrweg-Prozesse zu optimieren.

JUTTA PUKIES

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Mein Schrebergarten – dort entspanne und erhole ich mich mit meinem Mann zusammen. Bei 360 m² kann ich meine Kreativität bei der Gestaltung vom Garten ausleben.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Gesundheit, Zufriedenheit und mein Mann.

Was ist Deine persönliche Vision?

Mein beruflicher Traum ist mit dem Arbeitsplatz bei der LHV erfüllt worden. Ich habe bei einigen Unternehmen gearbeitet und kann das daher vergleichen.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Eine Firma, in der ich endlich angekommen bin und mich sehr wohl fühle. Ich bin happy, dass ich so ein tolles Team und Chef habe. Jeden Tag gehe ich zufrieden nach Hause.



VERENA BORTOLOTTA

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Nach der Arbeit ist mein Ausgleich mein Hund Dexter, sei es beim Spielen im Garten oder bei einem langen Spaziergang durch die Natur, macht den Kopf direkt frei.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Meine Familie, Freunde und Tiere sind mir sehr wichtig.

Was ist Deine persönliche Vision?

Eine positive Lebenseinstellung und ein rücksichtsvolles Miteinander.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

In der FÜR SIE bin ich in einem Team, das gemeinsam, freundschaftlich und immer auf Augenhöhe arbeitet.

KERIMA HAMBACH

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Ich habe eine wundervolle Familie, ein schönes Zuhause und entspanne mich zusätzlich in unserem Garten. Reisen und gutes Essen gehören ebenso dazu.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Zufriedenheit, Gesundheit und das Glück meiner Kinder auf ihrem Weg ins Leben.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Vielseitigkeit und Abwechslung im täglichen Arbeitsablauf, verlässlicher Arbeitgeber.

CARMEN NAASE

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Zeit mit der Familie oder mit Freunden verbringen oder einfach ein gutes Buch auf dem Sofa lesen.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Persönliches Wachstum, zwischenmenschliche Beziehungen, Gesundheit und auch einen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten.

Was ist Deine persönliche Vision?

Stets offen für neue Erfahrungen und Erkenntnisse zu sein.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

In einem angenehmen Arbeitsumfeld mit tollen Kollegen gemeinsam Herausforderungen zu meistern.

NANCY ALISCH

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Ich reise unglaublich gerne auf dem Rad und lerne neue Kulturen, Menschen und Orte entschleunigt kennen. Zudem mag ich die Berge und genieße nach einer Kletter- oder Wandertour den Blick ins Tal.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Nicht stehen zu bleiben im Leben.

Was ist Deine persönliche Vision?

Neues zu entdecken, auszuprobieren und somit einfach stetig zu wachsen und über sich selbst vieles zu lernen.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bedeutet für mich ein neuer Lebensabschnitt. Die Firma hat mir als Quereinsteigerin eine neue Perspektive und Herausforderungen geboten.



ALI ASLAN**Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?**

Die abenteuerreiche, spannende, entdeckungsreiche, fantastische Welt meines einjährigen Sohnes.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Ohne die Familie wäre meine Welt wie eine Mahlzeit ohne Geschmack.

Was ist Deine persönliche Vision?

Einmal mit Polizei-Sirene und Blaulicht durch die Großstadt fahren.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Jeden Tag Win-Win-Situationen zwischen kleineren und größeren Marktteilnehmern zu erschaffen.

DANIEL MEHLFELD**Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?**

Vor allem meine täglichen Arbeitswege, da ich diese grundsätzlich mit dem Fahrrad zurücklege und die Strecke variieren kann.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Dass es sowohl meinem privaten wie auch beruflichen Umfeld gut geht.

Was ist Deine persönliche Vision?

Weiterhin persönliches Wachstum durch Leidenschaft generieren zu können.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Nach 7 ½ Jahren ist die FÜR SIE LHV für mich schon fast eine 2. Heimat geworden.

LASSE KAMPHAUSEN**Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?**

Zeit mit Familie und Freunden an der frischen Luft verbringen.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Spaß am Leben und im Umgang mit anderen zu haben und dass es den Personen, die mir wichtig sind (und meinen Katzen), gut geht. Auf Reisen andere Länder und Perspektiven kennenzulernen, immer offen für Neues zu sein und neugierig zu bleiben.

Was ist Deine persönliche Vision?

Sowohl beruflich als auch privat an meinen Aufgaben zu wachsen, um mir und meinen Liebsten ein erfülltes und glückliches Leben verwirklichen zu können.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE gibt mir die Möglichkeit zur Weiterentwicklung in einer angenehmen Arbeitsatmosphäre in einem sowohl menschlich als auch fachlich tollen Team.

**MICHELLE WATTERER****Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?**

Nach der Arbeit freue ich mich vor allem auf meine Familie. Daneben liebe ich meinen Gemüsegarten mit unseren Hühnern. Die Punkte verbunden bringen den für mich schönsten Ausgleich zum Arbeitsleben. Natürlich treffe ich mich auch gern mit meinen Freunden und Reisen steht auch weit oben auf meiner Liste.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Glücklich, gesund und selbstbestimmt sein. Ich bin gern spontan und probiere neue Dinge aus. Für mich ist es wichtig, die Neugierde auf das Leben nie zu verlernen.

Was ist Deine persönliche Vision?

Ich möchte immer mein volles Potenzial ausschöpfen und versuche mich in neuen Bereichen, um immer mehr Erfahrungen zu sammeln und meine persönlichen Grenzen dadurch zu verschieben. Dabei sollte das auch immer Spaß mit sich bringen.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bietet mir Möglichkeiten, meine Fähigkeiten zu erweitern. Außerdem habe ich einen Arbeitgeber, welcher mich unterstützt und mit mir zusammen agiert. Dies liegt vor allem an meinem super Team, welches klasse zusammenarbeitet. So kommen alle gemeinsam weiter nach vorn.

ANKE SILKE JOSCHKO-ADAMEK**Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?**

In meiner Freizeit habe ich gerne liebe Menschen an meiner Seite: im Wald, bei einem Espresso, am Wasser, aber auch an einem Saunatag. Weiterhin fotografiere ich gerne, male oder gehe schwimmen.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Mein Mann und meine Tochter, die immer zu mir stehen und die mich lieben, wie ich bin. Dazu gehören auch meine Freunde und Familie. Dankbarkeit, Zufriedenheit, Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und immer ein Lächeln im Gesicht!

Was ist Deine persönliche Vision?

Durch gegebene Veränderungen in meinem Leben versuche ich im „Heute und Jetzt“ zu leben und jeden Tag zu genießen und das Positive zu erkennen.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Nach 17 Jahren freiwillig einen sicheren Arbeitsplatz zu wechseln, war für mich vor über 6 Jahren eine große Herausforderung. Schon nach einigen Tagen und auch bis heute weiß ich, dass es die richtige Entscheidung war! Hier finde ich alles, was für mich wichtig ist: Teamgeist, Kundenorientierung, abwechslungsreiche Tätigkeiten, Anerkennung meiner Arbeit und Meinungen. Dankbar bin ich auch, dass die FÜR SIE LHV ein soziales, harmonisches und flexibles Unternehmen ist.

TINO BECKER**Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?**

Sport, meine Kinder, Freunde, Zeit für mich (Selbstreflektion/Meditation).

Was ist Dir wichtig im Leben?

Meine Familie, Gesundheit, eine gesunde Work-Life-Balance.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Sicherer Arbeitgeber, bei dem man sich durch Engagement, Willen und Lust durchaus hocharbeiten kann.

CHRISTIANE DEVINDINAT**Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?**

Ob wandern mit Zelt in den Bergen, Camping am See oder das eigene Gemüse anbauen. Ich verbringe meine freie Zeit gerne im Freien.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Die Stabilität und der Austausch mit Freunden & Familie, neue Erfahrungen machen und Orte entdecken.

Was ist Deine persönliche Vision?

Ich möchte mich stetig weiterentwickeln, meinen Horizont erweitern und mir dabei treu bleiben.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Ganz im Sinne von Fordern und Fördern bietet mir die LHV Raum zur Weiterentwicklung, eingebettet in kollegiale Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung.



Bild 2

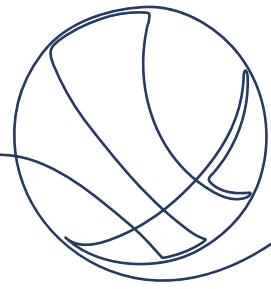


Bild 1



Bild 1: Simple Line / www.adobestock.com, Bild 2: tunit / www.adobestock.com

WIR SIND DAS TEAM DER LHV



JOLANTHE BACHMANN

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Für mich ist das Töpfern der perfekte Ausgleich zur Arbeit. Es hilft mir, zur Ruhe zu kommen und meine Kreativität auszuleben. Wenn ich meine Hände in den Ton tauche, finde ich Zufriedenheit, Entspannung und schaffe gleichzeitig etwas Schönes (na ja ... also mir gefällt's!). Meine Enkel und das Töpfern sind meine persönliche Art, Balance in meinem Leben zu finden.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Im Leben schätze ich vor allem Familie, Freiheit, Gesundheit und eine Prise Harmonie. Meine Familie ist mein Rückhalt, Freiheit bedeutet mir persönliche Entfaltung, Gesundheit ist die Grundlage für ein erfülltes Leben und Harmonie schafft ein ausgeglichenes und friedliches Umfeld.

Was ist Deine persönliche Vision?

Ich will die Welt bereisen, neue Kulturen entdecken, dabei fit und gesund bleiben und meine Zeit mit Menschen verbringen, die mir am Herzen liegen. Ich möchte Momente sammeln, die Herz und Seele erwärmen, ohne mich von Sorgen bremsen zu lassen ... und dass alles, während ich meine Lieblingsmusik im Hintergrund spiele.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Ich bin seit 15 Jahren eine Mitarbeiterin der FÜR SIE ... das sagt doch alles!

CHRISTOF KRÜGER

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Meine Familie, Freunde, Sport.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Meine Familie, Freunde, dass es allen, die mir wichtig sind, gut geht.

Was ist Deine persönliche Vision?

Dass mein Umfeld und ich noch lange gesund und aktiv bleiben.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Die LHV ist seit vielen Jahren mein Arbeitgeber, ich war der erste LHV-eigene Azubi.

ANJA KOTTMANN

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Familie und Freunde treffen, auf verschiedenste Art und Weise kreativ zu sein, basteln mit Papier, backen, kochen, lesen und Musik hören.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Glücklich, gesund, beständig und zufrieden zu sein. Spaß am Leben mit einer guten Portion Humor (mein liebster ist der britische/schwarze Humor). Always Look on the Bright Side of Life, Lied von Monty Python.

Was ist Deine persönliche Vision?

Mehr Gemeinsamkeit, respektvoller Umgang mit anderen und sich selbst. „Es gibt keinen Weg zum Glück, das Glück liegt in uns. Glückseligkeit ist der Weg.“, Buddha.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE ist für mich ein verlässlicher Arbeitgeber mit tollen Kollegen bei der LHV und der die richtige Work-Life-Balance bietet.



LENA ELBIN

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Sport, Sport, Sport, ansonsten Verabredungen und kochen.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Gesundheit für meine Familie, Freunde und mich. Freie Zeit nutzen, um meinen Hobbys nachzugehen und um mit Menschen Zeit zu verbringen, die mir nahestehen.

Was ist Deine persönliche Vision?

Meine persönliche Weiterentwicklung stetig voranzutreiben und viele Orte auf der Welt zu bereisen.

Was bedeutet Dir die FÜR SIE?

Ein Arbeitgeber, der mich in meiner Weiterentwicklung unterstützt und Work-Life-Balance ermöglicht.



Bild 2

Bild 1: Papillon / www.adobestock.com Bild 2: Olga Furmanjuk / www.adobestock.com



Das neue VERPACKUNGSGESETZ

Einwegpfand auf Milchprodukte in Einwegkunststoff-Getränkeflaschen

Beim Thema Verpackungsgesetz fühlt sich der eine oder andere von uns wohl langsam wie im Film „Und täglich grüßt das Murmeltier“. Seit die Verpackungsverordnung im Januar 2019 durch das neue Verpackungsgesetz (VerpackG) abgelöst wurde, sind in regelmäßigen Abständen Neuerungen in Kraft getreten. Die Anpassungen wurden erlassen, um in allen Produktions- und Handelsstufen Verpackungsmüll zu reduzieren. In der nächsten Runde geht es nun um die Ausweitung der Pfandpflicht auf Milchprodukte in Einwegkunststoff-Getränkeflaschen.

Zum 1. Januar 2024 werden nun alle Milch- und Milchmodigetränke mit einem Milchanteil von mindestens 50 Prozent bzw. sonstige trinkbare Milcherzeugnisse, insbesondere Joghurt und Kefir, pfandpflichtig, wenn sie in Einwegkunststoff-Getränkeflaschen abgefüllt sind und ein Füllvolumen zwischen 0,1 und

3,0 Litern haben. Hierbei muss bis zum Jahreswechsel jedoch noch eine große Klippe umschifft werden, denn die Bundesregierung hat keine Übergangsfristen vorgesehen.

Die Inverkehrbringung der neuen pfandpflichtigen, mit DPG-Logo versehenen Getränkeflaschen an Endkunden ist vor dem 1. Januar 2024 verboten. Gleichzeitig dürfen aber ab dem 1. Januar 2024 auch keine unbefandeten Milchprodukte in Einwegflaschen mehr verkauft werden.

Die Inverkehrbringung auf der Handelsstufe ist bereits seit Ende April 2023 gestattet, wenn die Inverkehrbringung an Endkunden nicht vor dem 1. Januar 2024 erfolgt.

Die Deutsche Pfandsystem GmbH (DPG) und die Vertreter der Handelsgremien haben versucht, den Vollzugsbehörden (Bundesländer) ein klares Statement abzurufen. Allerdings ist das nicht vollumfänglich geschehen. Es gibt nur eine generelle Aussage, dass durch die Behörden in den ersten vier Wochen „Vollzug mit Augenmaß“ betrieben werden soll. Welchen Handlungsspielraum dies zulässt, wird leider den kontrollierenden Personen vor Ort überlassen.



Doch was passiert im Januar? Muss jeder (Zwischen-) Händler die Milchflaschen zurücknehmen? Wie werden sie gelagert und wie geht man mit dem Geruch der gärenden Milch um?

Händler mit einer Verkaufs- oder Lagerfläche von unter 200 m² müssen nur EW-Getränkeverpackungen von Marken zurücknehmen, die sie im Sortiment führen. Wenn Sie nur Getränke in MW-Getränkeverpackungen oder nur Waren anderer Art führen, ist eine Rücknahme von EW-Getränkeverpackungen nicht vorgeschrieben.

Wenn Sie zu denen gehören, die bald leere EW-Milchflaschen annehmen müssen, kann die Rücknahme wie bei allen anderen EW-Pfandflaschen händisch oder mithilfe des bereits vorhandenen Pfandautomaten erfolgen. Nach der Rücknahme müssen die Verpackungen nicht nach Materialart oder ehemaligem Inhalt getrennt werden, sondern können weiterhin gemischt gesammelt werden.

In der Regel besteht auch kein Grund, Säcke mit zurückgenommenen Milchflaschen nicht bei der normalen Ware zu lagern. Hierbei sollte jedoch nicht nur darauf geachtet werden, diese zügig zu entsorgen, um einer Geruchsbelastung vorzubeugen. Um unhygienische Verhältnisse im Lager zu vermeiden, sollten Sie auch die beiden folgenden Hinweise beherzigen:

1

Vermeiden Sie Milchreste außen auf den Säcken und verschließen Sie diese gut, sodass keine Flüssigkeiten auslaufen können. Beides kann zu Schimmelbildung führen.

2

Gehen Sie (noch) sorgfältiger mit Ihren Pfandautomaten um: Passen Sie die Reinigungskonzepte an und planen Sie eine tägliche Säuberung. Zudem wird empfohlen, die professionellen Wartungs- und Reinigungsintervalle durch den Hersteller zu erhöhen. Hierbei sollten insbesondere die Schneidwerke und die Zubringerkomponenten berücksichtigt werden, da dort die Verunreinigung am größten sein wird.

Wie Sie sehen, kommt mit der Neuerung auf vielen Ebenen Mehrarbeit auf uns zu – von der Anlage der neuen Ware im System bis zum Pfandclearing. Als erste Hilfestellung finden Sie in unserem neuen Flyer „Ausweitung der Pfandpflicht“ nicht nur wertvolle Tipps rund um die Umstellung, sondern auch

alle Informationen zu unserem Pfandclearing-Angebot sowie eine umfangreiche Liste der betroffenen Produkte.

Falls Sie darüber hinaus noch Fragen haben, steht Ihnen Ihre Ansprechperson aus dem Vertrieb gerne zur Verfügung!



Bild: cllella-cllella / www.adobestock.com

Besondere Pasta für besondere Genuss-Momente!



10 Barilla COLLEZIONE Lasagneplatten

1 Glas Barilla Sauce Bolognese

60 g Parmigiano Reggiano

Béchamel:

900 ml Milch

50 g Butter

50 g Mehl

1 Prise Muskatnuss

Salz

Klassische Lasagne MIT SAUCE BOLOGNESE

4 Portionen 60 Minuten

1. Die Béchamel zubereiten: Butter schmelzen, Mehl hinzugeben und umrühren. Heiße Milch hinzugeben, mit Salz und Muskatnuss würzen und zum Kochen bringen. Beiseite stellen.
2. Eine Auflaufform oder ein viereckiges Ofenblech fetten. Von unten nach oben: eine Schicht Béchamel, ein paar Tropfen Barilla Sauce Bolognese, eine Schicht mit zwei Reihen Barilla COLLEZIONE Lasagneplatten.
3. 5-mal wiederholen, dabei die Schichten von Sauce Bolognese, Lasagneplatten, Béchamel und geriebenem Parmigiano Reggiano abwechseln. (Es muss für die oberste Schicht noch genügend Béchamel übrig sein!).
4. 20–25 Min. bei 180°C im Ofen backen lassen. Aus dem Ofen nehmen, 10 Min. abkühlen lassen und servieren.



Weitere Rezeptideen unter www.barilla.de

Buon appetito!

- Anzeige -



MÜNCHEN

Hofbräu Winterzwickl

HARMONISCHER GENUSS
FÜR DIE KALTE JAHRESZEIT

- Anzeige -



Neues Jahr – NEUES RECHT!

Diese neuen gesetzlichen Anforderungen treffen den Handel im Jahr 2024

Die Rechtsabteilung der FÜR SIE eG hat eine Auswahl gesetzlicher Anforderungen zusammengestellt, die im kommenden Jahr in Kraft treten und Sie als Handelsunternehmen betreffen können. Vielleicht haben Sie in Ihrem Unternehmen bereits Maßnahmen zur Umsetzung getroffen. Vielleicht lohnt es sich, bei Ihrer

Rechtsabteilung oder Ihrer rechtlichen Beratung nachzuhören, ob Handlungsbedarf besteht. Die Auswahl erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und die FÜR SIE eG haftet nicht für die Richtigkeit der Angaben und Verwendung der weiterführenden Links.

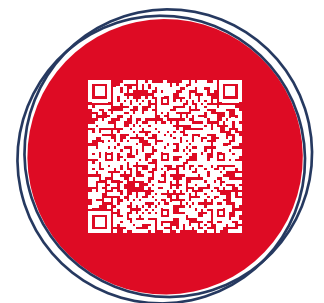


Lieferkettengesetz gilt für Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten

Die Grenze zur Umsetzung der Pflichten aus dem Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (kurz: Lieferkettengesetz) wird zum 1. Januar 2024 von Unternehmen mit mehr als 3.000 auf Unternehmen mit mehr als 1.000 Beschäftigten gesenkt. Diese Änderungen wird auch Auswirkungen auf Unternehmen mit weniger als 1.000 Beschäftigten entlang der Lieferkette haben, da betroffene Unternehmen bei ihren Zulieferern (unabhängig von deren Größe) geeignete Maß-

nahmen zur Einhaltung sozialer und ökologischer Verantwortung „verankern“ sollen. Allerdings nur, wenn sich aus einer Risikoanalyse des Zulieferers durch das betroffene Unternehmen entsprechende Anhaltspunkte ergeben, dass der Zulieferer die nach LkSG zu schützenden Werte nicht ausreichend schützt. Hilfreich und nachvollziehbar bei der Auslegung der gesetzlichen Anforderungen ist aus unserer Sicht die Handreichung des Bundesamts für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle

(BAFA) „Zusammenarbeit in der Lieferkette zwischen verpflichteten Unternehmen und ihren Zulieferern“ vom 16. August 2023, zu der Sie der QR-Code führt:



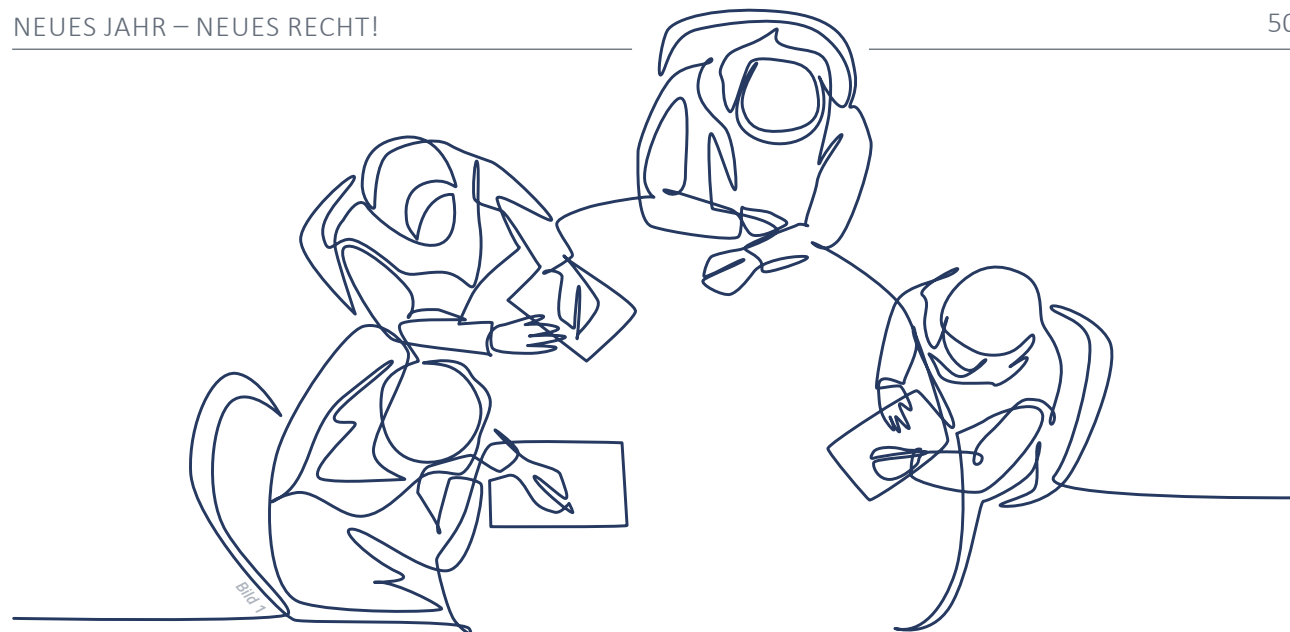
Deutliche Ausweitung der Regulatorik zur Cyber-Sicherheit (Umsetzung der NIS-2-Richtlinie)

Die NIS-2-Richtlinie („The Network and Information Security (NIS) Directive“) regelt die Cyber- und Informationssicherheit von Unternehmen und Institutionen. Die Richtlinie soll im März 2024 verkündet werden und im Oktober 2024 in Kraft treten. Zentrale Veränderung ist die Ausweitung der Regulatorik von bisher großen Institutionen auf die breite Masse. Unternehmen aus dem **Bereich Produktion, Handel und Verarbeitung von Lebensmitteln** mit mehr als 50 Beschäftigten oder mehr als 10 Mio. Euro Umsatz und Bilanzsumme fallen danach voraussichtlich in die Rubrik „Wichtige Einrichtungen“. Diesen obliegen

u. a. Registrierungs- und Meldepflichten sowie Maßnahmen, um Störungen der Verfügbarkeit, Integrität, Authentizität und Vertraulichkeit der informationstechnischen Systeme, Komponenten und Prozesse, die sie zur Erbringung ihrer Dienste nutzen,

zu verhindern und Auswirkungen von Sicherheitsvorfällen auf ihre Dienste oder auf andere Dienste zu verhindern oder so gering wie möglich zu halten. Werden die Vorgaben nicht umgesetzt, drohen der Geschäftsführung erhebliche Haftungsrisiken.





LKW-Maut ab 3,5 Tonnen voraussichtlich ab 1. Juli 2024

Als Teil des im Oktober beschlossenen Klimaschutzprogramms 2023 der Bundesregierung soll die Mautpflichtgrenze zum 1. Juli 2024 abgesenkt werden, sodass grundsätzlich alle Nutzfahrzeuge mit mehr als 3,5 Tonnen technisch zulässiger Gesamtmasse in die Gebührenerhebung einbezogen sind. Bereits zum 1. Dezember 2023 soll die bestehende LKW-

Maut um eine CO₂-Komponente erweitert werden. Hintergrund ist die Umsetzung der Euro-vignetten-Richtlinie, die eine CO₂-Differenzierung für schwere Nutzfahrzeuge spätestens bis zum 25. März 2024 sowie die Einbeziehung aller LKW mit mehr als 3,5 Tonnen ab dem 25. März 2027 vorsieht. Weiterführende Infos der Bundesregierung finden Sie hier:



Deutliche Ausweitung der Verpflichtung zur Nachhaltigkeitsberichterstattung

Bis Mitte 2024 ist die EU-Richtlinie zur Unternehmens-Nachhaltigkeitsberichterstattung ebenfalls in nationales Recht umzusetzen. Auch hier wird der Anwendungsbereich deutlich erweitert, sodass bilanzrechtlich große Unternehmen (§ 267 Abs. 3 HGB) für Geschäftsjahre beginnend ab dem 1. Januar 2025 sowohl über die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf Mensch und Umwelt als auch über die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsaspekten auf das Unternehmen berichten müssen.

Die Nachhaltigkeitsberichterstattung muss künftig ebenso wie die Finanzberichterstattung extern geprüft werden. Weiterführende Informationen über Corporate Social Responsibility (CSR) des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales (BMAS):



Bild: enclier / www.shutterstock.com

Bild: Simple Line / www.shutterstock.com

PURINA®
ONE®
DUALNATURE

UNSERE ERSTE CO₂-REDUZIERTERTE PRODUKTTREIHE



ENTDECKE DIE KRAFT DER NATUR

PURINA ONE® DualNature® mit sorgfältig ausgewählten Zutaten hilft, die tägliche Gesundheit deiner Katze zu unterstützen, und leistet gleichzeitig einen Beitrag zur CO₂-Reduktion. Für ein besseres Heute und Morgen.



ENTDECKE UNSERE REISE ZUR CO₂-REDUKTION MIT DUALNATURE



Ein **frohes**
Fest und ein
gutes neues
Jahr 2024!

Weihnachtsgruß des *Vorstandes*

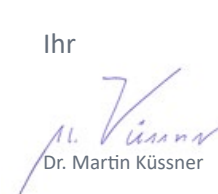
Im letzten Jahr haben wir Ihnen an dieser Stelle Hoffnung auf eine Erholung der Lage gemacht und erwartungsfroh in die Zukunft geblickt. Eine Verbesserung ist in vielerlei Hinsicht eingetreten, doch lassen uns neue Herausforderungen auch 2023 nicht sorglos und unbekümmert auf den anstehenden Jahreswechsel blicken. Ereignisse wie Kriege, Naturkatastrophen und Verschiebungen in der Bevölkerungsstruktur in allen Teilen der Welt haben durch die enge Vernetzung von Volkswirtschaften globale Auswirkungen und erzeugen auch bei uns in Deutschland multiple Krisen, mit denen Sie als geschäftsführende Person von verschiedenen Seiten konfrontiert werden.

Wir wissen, dass Sie unermüdlich und engagiert alles für ein erfolgreiches Fortbestehen Ihres Unternehmens tun, Ihre Mitarbeitenden stets motivieren und versuchen, die Weichen für die Zukunft stellen. Dies tun Sie gemeinsam mit uns – ob als Neu-Mitglied, als kleiner oder umsatzstarker Kunde, ob im B2B- oder B2C-Bereich. Wir arbeiten zusammen an Lösungen, stellen uns neuen Herausforderungen und versuchen immer, das bestmögliche Ergebnis zu erzielen. Der Zusammenhalt unserer Gemeinschaft ist das, was uns auszeichnet und stark macht. Und so verschieden die Anforderungen an uns alle auch sein mögen: Die Verlässlichkeit und Fairness und auch die genossenschaftliche Vernetzung

untereinander sind stabile Säulen, auf die Sie sich stützen können – 2024 und natürlich auch darüber hinaus. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine besinnliche Weihnachtszeit und einen guten Übergang ins neue Jahr.

Herzliche Grüße

Ihr


Dr. Martin Küssner


Walter Steffens

und das gesamte Team der

FÜRSIE



Dr. Martin Küssner



Klassisches *Spritzgebäck*

Zutaten

600 g Mehl
300 g Zucker
150 g Butter
150 g Margarine
1 Ei
1 Eigelb
2 ½ Päckchen Vanillezucker
½ Päckchen Backpulver

Alle Zutaten eine Weile vor der Zubereitung rausstellen, sodass sie Raumtemperatur annehmen.

Alle Zutaten in eine Schüssel geben und zu einem festen Teig verkneten. Diesen zugedeckt für 1 Stunde im Kühlschrank ruhen lassen.

Den Teig anschließend portionsweise durch einen Fleischwolf drehen oder durch den Spritzbeutel pressen.

Ein Blech mit Backpapier auslegen und die Plätzchen darauflegen. Im vorgeheizten Backofen bei 180 °C Ober-/Unterhitze auf der mittleren Schiene ca. 10 – 15 Min. backen.





Walter Steffens



Knackige Florentiner

Zutaten

210 g Zucker
90 g Honig
150 g Butter
180 g Sahne
330 g Mandelblättchen
180 g Kuvertüre (Halbbitter)

Zucker, Honig, Butter und Sahne in einem kleinen Topf erhitzen. Etwa 5 Minuten bei geringer Hitze köcheln lassen. Mandelblättchen hinzugeben und weitere 5 Minuten erhitzen lassen. Die Masse sollte oft umgerührt werden, um zu verhindern, dass sie anbrennt. Den Backofen auf 200 °C vorheizen.

Die Nussmasse mit einem Esslöffel kleckweise auf ein mit Backpapier ausgelegtes Backblech geben. 12 Minuten bei Ober- und Unterhitze auf middle-

rer Schiene goldbraun backen. Die Plätzchen anschließend auf dem Blech vollständig abkühlen lassen. Die Nussplätzchen auf dem Backpapier umdrehen. Die Kuvertüre schmelzen und die nun nach oben gedrehte glatte Seite der Florentiner mit Schokolade bestreichen.



Bild 1

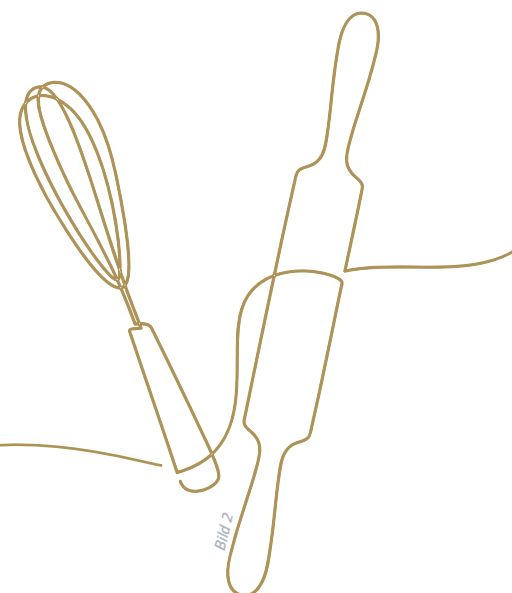


Bild 2

Bild 3

Bild 1: Richard Oechsner / www.dadobestock.com, Bild 2: oksanashu / www.shutterstock.com, Bild 3: Andrii / www.dadobestock.com



TAUCHEN SIE EIN IN EINE WELT UNBEGRENZTER MÖGLICHKEITEN

KULINARISCHE LÖSUNGEN, GEMACHT VON UND FÜR PROFIS:

- Effiziente Lösungen für die Gastronomie
- Praktische Verpackungsgrößen und -formen für die verschiedenen Anwendungen in der Profiküche
- Einfache Anwendung zur Vereinfachung von Arbeitsabläufen sowie Gelingsicherheit

KOCHCREMES

– DIE SAHNE VON MORGEN:

- Die pflanzliche Sahnealternative
- Hohe Stabilität
- Hitze-, Säure- und Alkoholstabil
- Zum Kochen und Aufschlagen



KOCH- UND BRATFETTE

– EIN PRODUKT, VIELE MÖGLICHKEITEN:

- Leicht buttriger Geschmack
- Zum Kochen, Backen, Braten, Rösten, Dampfgaren und Abschmelzen geeignet
- Kein Spritzen und kein Anbrennen



FRITTIRFETTE

– TRADITIONELLES FRITTIEREN MIT DEM GESCHMACK DER ZUKUNFT:

- Hohe Leistungsfähigkeit
- Mit Schaumverhüter
- Hervorragender Geschmack garantiert
- Einfaches Dosieren und effektive Handhabung



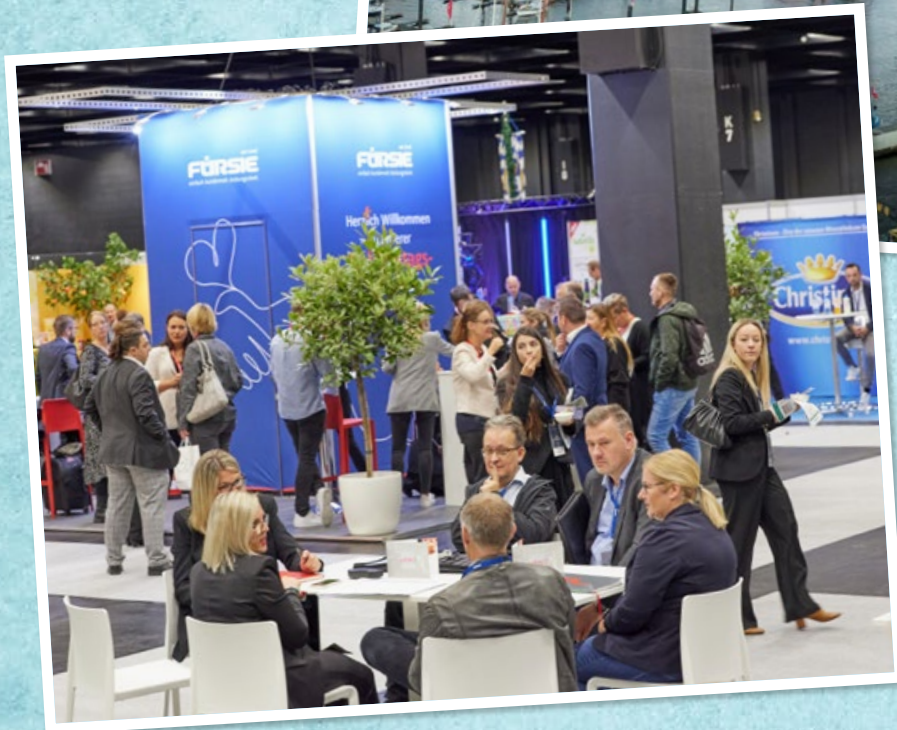
Unsere komplette Produktvielfalt und leckere Rezeptideen unter www.risso.com/de-de
Ist einer dieser Artikel bei Ihrem Lieferanten nicht gelistet oder wünschen Sie eine Kontaktaufnahme des Vandemoortele-Vertriebs, kontaktieren Sie uns per Mail unter claudia.holst@vandemoortele.com oder per Telefon unter +49 5221 767002.

GANZNAH

Ausblick

In der nächsten Ausgabe:

Rückblick auf die
61. Generalversammlung
in Hamburg



Ausblick auf die
FÜR SIE Messe

Das dürfen Sie
nicht verpassen!
Weitere spannende
Themen!



Bericht über das Digitale
Kundenforum im März

Vorstellung
Mitglied
Coiffeur



ANTIKAL WC - UND URINSTEINREINIGER

-  KALK- UND FLECKENENTFERNUNG
-  LANGANHALTENDER GLANZ
-  GERUCHSNEUTRALISIERUNG

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

Birgit Vehovec (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



Bild: Olga Rai / www.dobbestock.com

INTENSIVE REINIGUNG

ENTFERNT SELBST EINGEBRANNTES



 **Kein Vorspülen**
Bis zu 24L Wasser sparen. Jedes Mal.



bruno banani
NOT FOR EVERYBODY

WAS IST DEINE WEIHNACHTS-FANTASIE?



*Basierend auf NielsenIQ Markt-Tack-Daten zu Umsatz in € für die Kategorie Duft, MAT52/2022, LEH+DM+KWH in Deutschland. Copyright © 2022, Nielsen Consumer LLC

FÜHL' DICH FRESH!

FÜR SPÜRBAR MEHR FRISCHE



LASS DEIN LÄCHELN STRAHLEN!

FÜR WEISSERE ZÄHNE

