

GANZNAH

Ein Mitgliedermagazin der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG



Bild: SCStock | www.adobestock.com

ERFOLGE, BEGEGNUNGEN, GENUSSMOMENTE

Die 62. ordentliche Generalversammlung in Zürich bot Geschmack mit Perspektive

DIE KONKURRENZ SPART SCHON! UND SIE?

Vorteil Genossenschaft!
Sparen mit UTA

AUS DER GETRÄNKE- IN DIE DENKFABRIK

Niklas Müller mixt ab jetzt
Zukunftspläne

0,0% ALKOHOL
100% SOMMER

Bitte



Bitte ein Bit

**NUR FÜR
KURZE ZEIT**

VIEL SPASS BEIM LESEN



Liebe Leserinnen und Leser,

die **Lebensmittelbranche** steht wie kaum eine andere in der **Verantwortung** für Mensch, Ressourcen und für die Zukunft unseres Planeten. Gleichzeitig ist sie geprägt von Innovation, Dynamik und einem hohen Anspruch an Qualität sowie Verlässlichkeit.

Inmitten dieser **Herausforderungen** und **Chancen** sind Sie, unsere genossenschaftlichen Mitglieder und Kunden, unser **stärkster Antrieb**: Ihre Erwartungen, Ihre Ideen, Ihre Impulse geben uns Orientierung und Motivation, immer besser zu werden – an-

gefangen mit diesem Magazin, das erstmals in seinem neuen Gewand erscheint.

Mit dieser Ausgabe möchten wir Ihnen wieder Einblicke in unser Unternehmen geben und mit Ihnen teilen, was uns gemeinsam bewegt: **Erstklassige Konditionen, relevante Dienstleistungen und ein starkes Netzwerk.**

Freuen Sie sich auf spannende Themen, engagierte Stimmen aus der Branche und einen Blick hinter die Kulissen unseres täglichen Handelns!

Herzliche Grüße

Dr. Martin Küssner und
Niklas Müller



AKTUELL FÜR SIE

31

Service nach Ihrem Geschmack
Exzellenz in all unseren
Dienstleistungen

Die Konkurrenz spart schon! Und Sie?
Vorteil Genossenschaft!
Sparen mit UTA

LinkedIn zum Löffeln
Warum Social Media kein Fast Food ist

Vom Prospekt zur App
Wie die GVG zukünftig digital
vermarktet



45

PERSÖNLICH FÜR SIE

Aus der Getränke- in die Denkfabrik
Niklas Müller mixt ab jetzt Zukunftspläne

Jede Ressource im Blick – selbst den Kaffeeverbrauch
Team Controlling

Lieferantenporträt
Bluesun

We are family!
Pütz Frischdienst & Lebensmittel GmbH

Das feurige Gewinnspiel
Grillmeister gesucht

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 Strozzyk (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



HIGHLIGHTS FÜR SIE

07

Vom Kantinenklassiker zum Foodie-Favoriten
Unser Redesign ist angerichtet

Eisgekühlte Zahlen, heiße Erfolge
So schmeckt unser erstes Halbjahr

Erfolge, Begegnungen, Genussmomente
Die 62. ordentliche Generalversammlung in Zürich
bot Geschmack mit Perspektive

3 Stunden, 1 Moderator, jede Menge Aha-Momente
Digitales Kundenforum 2025

Frisch frisiert
Neues Styling für RONDOS Logistik

HIGHLIGHTS
FÜR SIE

07

Vom Kantinen- klassiker zum Foodie-Favoriten – unser Redesign ist angerichtet

Wenden Sie
unsere Tipps auch
für Ihre interne
Kommunikation an!

RE DESIGN

*Ist Ihnen etwas aufgefallen, als Sie die neue Ganz Nah zur Hand genommen haben? Richtig – wir haben uns in Schale geworfen! Unser Unternehmensmagazin hat ein **Redesign** durchlaufen. Warum?*

Perspektiven für Print

Printmedien erreichen auch im **digitalen Zeitalter** noch effektiv ihre Zielgruppen – vorausgesetzt, sie treffen den **richtigen Ton** und zeigen sich in der passenden Form. Unser Anspruch ist es, Ihnen ein Magazin zu präsentieren, das Sie nicht nur informiert, sondern **inspiriert**. Im Zuge des Relaunchs haben wir deshalb Struktur und Layout überarbeitet. Sie finden nun schneller, was Sie interessiert: Die Inhalte sind klar gegliedert, die Leseführung ist intuitiv und das überlegte Design sorgt für ein professionelles, entspanntes Leseerlebnis.

Doch was macht eigentlich ein modernes **Printmedium** aus? In einer Zeit, in der die Aufmerksamkeitsspanne recht knapp und die Informationsflut sehr groß bemessen ist, zählen drei Dinge: **Übersichtlichkeit**, **Relevanz** und visuelle **Attraktivität**. Deshalb setzen wir auf großflächige Bilder, klare Typografie, starke Farbwelten und gezielte Highlights, die wichtige Inhalte optisch hervorheben.

Was ist neu?

Typografie

Mit verschiedensten **Schriftarten** und Schriftstilen unterstreichen wir das geschriebene Wort.

Headlines

Spannende und **kürzere Überschriften** machen Lust auf mehr.

Mehr Weißraum

Durch großzügige Gestaltungselemente und **reduzierte Layouts** geben wir dem Auge Luft zum Atmen.

Modulares Raster

Ein flexibles, modernes Grid-System erlaubt eine **dynamische Seitenarchitektur** und erleichtert somit die Leseführung.

Bildsprache mit Konzept

Wir setzen auf emotionale, **spannende Bildwelten** mit Bezug zur Story.

Warum sich das lohnt

Gutes Design ist nie Selbstzweck. Es dient der Orientierung, erzeugt Vertrauen und transportiert die Inhalte verständlich. Ein lesefreundliches Layout **spart Zeit**, schafft **Klarheit** – und bereitet **Spaß**. Genau das möchten wir Ihnen mit dieser Neugestaltung bieten: ein Unternehmensmagazin, das Sie informiert, inspiriert und visuell überzeugt.

Ganz Nah dran – Ihr Feedback zählt

Die neue Designsprache bildet keinen Schlusspunkt, sondern stellt einen Auftakt dar: Wir möchten unser Magazin künftig noch stärker als Plattform für einen regen Austausch nutzen – mit Ihnen, unseren geschätzten Partnern. Sagen Sie uns, was Ihnen gefällt, was Sie vermissen und worüber Sie mehr erfahren möchten! Denn am Ende ist unser Magazin nur so gut, wie es Ihnen Mehrwert, Nutzen und auch Vergnügen bringt. Wir wünschen viel Freude mit der neuen Ausgabe!

DOS & DON'TS

Design-Dos: Was gutes Editorial Design ausmacht



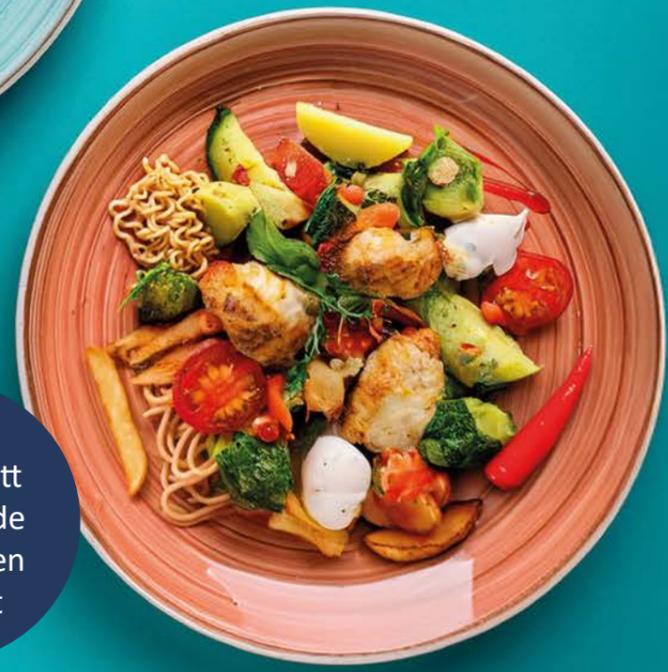
Barrierefreie Denkweise
Auch wenn das Magazin gedruckt erscheint – die Inhalte sowie das Layout sollten bei Printprodukten so konzipiert sein, dass sie sich digital genauso wirkungsvoll entfalten können.

Typografische Hierarchien
Leserinnen und Leser müssen sofort erkennen, was wichtig ist. Hochwertige Gestaltung arbeitet mit klaren Schriftgrößen, -stärken und -farben. Sie lenkt den Blick gezielt und unterstützt so die Informationsaufnahme.

Konsistenz vor Chaos
Wiedererkennbare und konsistente Layout-Module bieten Orientierung und schaffen Vertrauen.

Bild-Text-Balance
Ein kluges Verhältnis von Bild und Text verhindert Überfrachtung – kein visueller Lärm, sondern ein bewusstes Setzen von Akzenten.

Klare Regeln statt verwirrende Mischungen
#konzept



Design-Don'ts: Was Sie vermeiden sollten

Bunte Beliebigkeit
Farben sollten nicht wahllos eingesetzt werden. Stattdessen sollen sie den Inhalt des Textes aufgreifen.

Textwüsten
Lange, unstrukturierte Textblöcke sind passé. Zwischenüberschriften, Infoboxen und Zitate lockern auf.

Clipart und Stockbilder
Keine austauschbaren Bilder oder generischen Phrasen – echte Einblicke bieten echten Mehrwert.

GRIESSON SEIT 1924

Jetzt noch fruchtiger!

AB SOFORT

GRIESSON SEIT 1924 **Orange** **soft cake** Verbesserte Rezeptur **Jetzt noch fruchtiger!** mit Orangensaft und Zartbitterschokolade

GRIESSON SEIT 1924 **Kirsche** **soft cake** Verbesserte Rezeptur mit Kirsche

GRIESSON SEIT 1924 **Erdbeere** **soft cake** Verbesserte Rezeptur mit Erdbeersaft und Zartbitterschokolade

GRIESSON SEIT 1924 **Maracuja** **soft cake** Verbesserte Rezeptur mit Maracujasaft und Zartbitterschokolade

GRIESSON SEIT 1924 **Orange Vollmilch** **soft cake** Verbesserte Rezeptur mit Orangensaft und Vollmilch

DeBaukelier
Prinzen
Rolle

70
JAHRE

Der Prinz feiert Geburtstag - feiern Sie mit!

Prinzen Rolle **SCHOKO**

Prinzen Rolle **Cremys** **Nuss-Nougat Creme**

Prinzen Rolle **MINIS** **SCHOKO**

EISGEKÜHLTE ZAHLEN, HEISSE ERFOLGE

So schmeckt unser
erstes Halbjahr

yummy

Umsatzwachstum

Das Umsatzwachstum des FÜR SIE-Konzerns konnte per 31.12.2024 gegenüber dem Vorjahr um 2,2 % gesteigert werden.

Beinhaltet Zentralregulierungsumsätze der FS eG und FSZR sowie LHV Streckenumsätze und GVG mandatierte Umsätze

Preisentwicklung Food/Non Food

Der Vergleichswert bezieht sich auf die Monate Januar bis März eines jeden Jahres.

4,5 %
Ø 2024

1,8 %
Ø 2025

Ausschüttungen 2024 Food/Non Food

Die Steigerung beträgt im Vergleich zum Vorjahr 7,4 % bei einem Umsatzwachstum von 2,2 %.

7,3 Mio. €

Beinhaltet Aktionen, Messe, Mailings, Vertriebsbudget, GV Handzettel Vergütungen, RFE-Rabattstaffel, Preissenkungen bei Fokusartikeln der RFE

Mitglieder

249 Mitglieder der
FÜR SIE eG

Gesamtumsatz in Mrd. €

FÜR SIE Zentralregulierung
inklusive LHV und GVG

2,93
2022

3,09
2023

3,12
2024

Preisentwicklung Getränke

Der Vergleichswert bezieht sich auf die Monate Januar bis März eines jeden Jahres.

3,5 %
Ø 2024

2,1 %
Ø 2025

Konzernjahres- überschuss

Der Konzernjahresüberschuss 2024 nach Steuern lag bei 1,5 Mio. € und damit rund 3,5 Mio. € unter dem Vorjahr.



ERFOLGE, BEGEGNUNGEN, GENUSSMOMENTE

Die 62. ordentliche Generalversammlung in Zürich bot Geschmack mit Perspektive



REKORDZAHLEN, PERSÖNLICHE BEGEGNUNGEN UND EIN STARKES GEMEINSCHAFTSGEFÜHL

Zürich, 22.–24. Mai 2025: Die 62. Generalversammlung der FÜR SIE eG war ein Ereignis, das in vielerlei Hinsicht Maßstäbe gesetzt hat – wirtschaftlich, zwischenmenschlich und atmosphärisch. Mit **140 Teilnehmenden**, einem **hochwertigen Rahmenprogramm** und einem klaren strategischen Kurs wurde im **The Dolder Grand** nicht nur Bilanz gezogen, sondern auch der genossenschaftliche Geist gefeiert.

ERFOLGE, DIE VERBINDEN

Im Mittelpunkt der Generalversammlung stand der Rückblick auf ein wirtschaftlich außergewöhnlich erfolgreiches Jahr 2024.

Vorstandssprecher **Dr. Martin Küssner** präsentierte eindrucksvolle Zahlen: Mit **3,12 Mrd. € Umsatz (+2,2 %)** erzielte die FÜR SIE eG einen neuen Rekord. Besonders stark entwickelten sich die **Geschäftsbereiche GVG (+4,5 %)**, **LHV-Mehrweggetränke (+3,5 %)** sowie der **Bereich Food/Non-Food (+3,1 %)**.

Auch bei den **Ausschüttungen** konnte ein neuer **Höchststand** verzeichnet werden. Im Bereich Food/Non-Food stieg die Summe auf 7,3 Mio. € – ein Plus von 0,5 Mio. € gegenüber dem Vorjahr. Die **Mitglieder profitieren** damit direkt von der wirtschaftlichen Stärke ihrer Genossenschaft.

Dr. Küssner unterstrich den Förderauftrag der FÜR SIE eG: „Wir stehen wirtschaftlich sehr solide da – und das bedeutet, dass wir nicht nur heute, sondern auch morgen gezielt in die Zukunft unserer Mitglieder investieren können.“

Mit **249 Mitgliedern** wurde auch hier ein neuer **Rekord** erreicht – ein starkes Zeichen für die Attraktivität und Relevanz der FÜR SIE eG.



Bild: Valenty | www.shutterstock.com



FRISCHE IMPULSE IM VORSTAND: VORSTELLUNG VON NIKLAS MÜLLER

Ein besonderer Moment der Versammlung war die erste offizielle Rede unseres **neuen Vorstandsmitglieds Niklas Müller**, der seit dem 1. April gemeinsam mit Dr. Martin Küssner die Zukunft der FÜR SIE eG gestaltet.

In seiner sehr persönlichen Vorstellung blickte er auf Stationen bei der REWE-FÜR SIE GVG, seine Geschäftsführertätigkeit bei „Durst Lieferservice“ und die Leitung der LHV zurück – und betonte: „Ich teile Ihre **Begeisterung für den Handel** – in all seinen Facetten. Die FÜR SIE ist keine gewöhnliche Organisation: Sie ist eine **Gemeinschaft**.“ Niklas Müller will vor allem **drei Arbeitsfelder** in seiner Amtszeit vorantreiben:

1. Bessere Konditionen – nachhaltig und partnerschaftlich

Sein **Aufruf** an die Mitglieder: „Lassen Sie uns enger zusammenarbeiten, voneinander lernen und gemeinsam Prozesse gestalten! Denn: Nur wer sich kennt, vertraut einander – und nur wer einander vertraut, hilft sich gegenseitig.“

Mit seiner **frischen Perspektive**, seiner **strategischen Denkweise** und seiner **offenen, verbindlichen Art** wurde Niklas Müller vom Teilnehmerkreis durchweg **positiv** aufgenommen – ein starkes Signal für die Zukunftsfähigkeit des Vorstandsduos Küssner/Müller.

2. Stärkeres Netzwerk – von der Fläche bis zur Zentrale

3. Zukunftsfähige Dienstleistungen – innovativ, praxisnah, umsetzbar



INHALTE MIT WEITBLICK – UND EIN PROGRAMM, DAS VERBINDET

Neben den wirtschaftlichen Zahlen wurde auf der Versammlung auch ein **Blick in die Zukunft** geworfen. Die Keynote von Henrike Alfeis, Innovation Lead bei REWE digital, zum Thema „Künstliche Intelligenz als Beschleuniger für Innovation im Handel“ stieß auf großes Interesse.

Die Digitalisierung bleibt ein zentrales Thema für die Zukunftsfähigkeit der Genossenschaft – das wurde in Zürich einmal mehr deutlich.

Doch mindestens genauso wichtig war der **persönliche Austausch**: Bereits der Welcome Lunch am Anreisetag bot Gelegenheit für erste Gespräche. In entspannter Atmosphäre kamen langjährige Genossinnen und Genossen und neue Mitglieder miteinander ins Gespräch.





EIN RAHMENPROGRAMM VOLLER VIELFALT

Am Freitagvormittag stand das Rahmenprogramm ganz im Zeichen von Erleben, Entdecken und Netzwerken. Die Teilnehmenden konnten zwischen fünf Programmpunkten wählen:

E-Bike-Tour durch Zürichs grüne Umgebung

Eine **sportliche Erkundungstour** rund um Zürichs grüne Umgebung, über Stock und über Stein – mit viel frischer Luft, Bewegung und guten Gesprächen fand diese Tour statt. Zum zünftigen Lunch in einem **Kuhstall** kamen alle Sportbegeisterten zur Stärkung und zu anregenden Unterhaltungen zusammen.

Stadtführung durch die Züricher Altstadt

Geschichten, Geheimtipps und ein Lunch auf Zürichs schönster Terrasse im **LUX am Kongresshaus** sorgten für eine ausgelassene Stimmung auf der gemeinsamen Stadttour. Im Anschluss blieb ausreichend Zeit, um auf der Bahnhofstraße in **Shoppinglaune** zu verfallen.



Kulinarische Entdeckungstour mit Schwerpunkt Schokolade & Käse

Für alle **Feinschmecker** ging es hinein in die Züricher Genusswelt: Nach einem Besuch des **Lindt Home of Chocolate** stand eine **Live-Käse-Session** in Zürichs Stadtkäserei an. Bei Apéro konnte bei der Herstellung eines Edelschimmelpkäses zugeschaut werden.

Einblick in die Uhrmacher-Kunst

Hier wurde sichtbar, was Präzision und Tradition „made in Switzerland“ bedeuten – ein faszinierender Blick hinter die Kulissen im **kleinen Atelier von Maurice de Mauriac** und der Besuch des **Uhrenmuseums Beyer** ließen bei allen Uhrenbegeisterten die Herzen höherschlagen.

Relax Day im The Dolder Grand Spa

Ruhe tanken, Kraft schöpfen, abschalten – ideal für alle, die lieber auf **Regeneration** statt auf Erkundung setzen.

Ein gemeinsames Mittagessen während der Touren bot Gelegenheit für weiteren Austausch – locker, verbindlich, persönlich.

HIGHLIGHTS · ERFOLGE, BEGEGNUNGEN, GENUSSMOMENTE





DANKE, ZÜRICH!



Abendveranstaltung

Auch die gemeinsame **Abendveranstaltung am Zürichsee** war ein echtes Erlebnis: Nach einer **Schiffahrt** vom Zürichhorn ging es ins **Restaurant Seerose**, wo gutes Essen, stimmungsvolle Gespräche und der Sonnenuntergang über dem See magische Momente kreierte. Wer wollte, ließ den Abend später noch an der Hotelbar des The Dolder Grand ausklingen.

ORGANISATION MIT WEITBLICK: DANKE AN DAS GESAMTE TEAM

Hinter der Veranstaltung stand ein **perfekt eingespieltes Organisationsteam** unter der Leitung von **Lena Strozky**, die zusammen mit dem REWE Event- und Travelmanagement einen reibungslosen Ablauf sicherstellte. Vom Check-in über die Transfers bis zur Teilnehmerbetreuung stimmte jedes Detail.



„
Eine Veranstaltung dieser Größe gelingt nur, wenn viele Zahnräder ineinandergreifen – mit Teamgeist, Erfahrung und Leidenschaft. Es war mir eine Freude, das gemeinsam mit so engagierten Kolleginnen und Kollegen umzusetzen.

Lena Strozky



SAVE THE DATE 18. bis 20. Juni 2026

63. Generalversammlung der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food in Dresden

AUSBLICK: GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT

Die 62. Generalversammlung hat erneut gezeigt, wie wichtig es ist, sich regelmäßig persönlich zu begegnen – nicht nur zur **Reflexion**, sondern auch zur **Inspiration**. Die Zahlen stimmen, der Zusammenhalt wächst, und der Weg ist klar: Die FÜR SIE eG bleibt verlässlicher Partner ihrer Mitglieder.

Mit strategischer Klarheit, wirtschaftlicher Stärke und einer lebendigen Gemeinschaft gehen wir **zusammen in ein neues Geschäftsjahr** – mit frischem Rückenwind aus Zürich.

- Anzeige -

ES GRÜNT SO GRÜN

Das neue Curry grün passt perfekt in den Sommer!



Das WIBERG Curry grün bringt thailändischen Geschmack mit Kaffirlimette, Jalapeños und Zitrusnoten – ideal für kreative Gerichte wie Fisch mit Curryschaum oder Gemüse-Rolls.

www.wiberg.eu

3 STUNDEN, 1 MODERATOR, JEDE MENGE AHA-MOMENTE

Digitales Kundenforum 2025

Seit 2021 ist das Digitale Kundenforum der FÜR SIE fest in unserem Veranstaltungskalender etabliert. Ursprünglich als Informationsmöglichkeit in Pandemie-Zeiten initiiert, eignet sich das Format auch postpandemisch hervorragend, um kurz und knackig die wichtigsten Neuigkeiten rund um unsere Handelsgenossenschaft sowie Branchennews an Sie zu vermitteln. So fand unser Digitales Kundenforum im vergangenen März bereits zum vierten Mal statt, nicht zuletzt auch aufgrund der positiven Rückmeldungen Ihrerseits.

Die knapp dreistündige Veranstaltung, angefüllt mit einem abwechslungsreichen Themenmix, wurde von unserem Vertriebsleiter und Moderator des Forums, Stefan Goldhagen, eröffnet.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?
Schauen Sie sich das Kundenforum 2025 noch mal im Video an. Falls Sie Fragen oder Anmerkungen oder sogar Wünsche für das kommende Jahr haben, helfen wir Ihnen gerne jederzeit weiter.



Weiterhin auf Erfolgskurs

Unser Vorstandssprecher **Dr. Martin Küssner** stellte zu Beginn die aktuellen Zahlen und **Umsatzentwicklungen** der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food vor. Das Jahr 2024 wurde mit einem Plus von 2,2 % gegenüber dem Vorjahr abgeschlossen. Vor allem die Umsatzzahlen im Bereich Food – Non Food waren sehr erfreulich, betonte Dr. Küssner. Außerdem gab er einen Überblick zu unseren Aktionsflyern im Jahr 2024: 7,5 Mio. Euro wurden insgesamt über Rückvergütungen an unsere Anschlusshäuser ausgeschüttet.

Als weiteres Highlight gab er einen Ausblick auf die **62. Generalversammlung** in Zürich. Er übergab den Staffstab an den nächsten Redner: seinen neuen Kollegen im Vorstand, Niklas Müller.

Ein altbekanntes Gesicht stellt sich vor

Das neue Vorstandsmitglied der FÜR SIE stellte sich offiziell vor. Der 34-jährige **Niklas Müller** ist bereits als Geschäftsführer unserer Tochtergesellschaften LHV sowie GVG bekannt.

Er begrüßte alle Teilnehmenden und teilte seine Vorstellung von einer Genossenschaft mit dem Publikum: Gerade in der heutigen, äußerst schnelllebigen Zeit ist unsere Rolle als Handelsgenossenschaft wichtig, um Sie als Partner zu fördern und Ihre Marktposition zu stärken. So appellierte er an die Zuschauenden, uns als Genossenschaft und ihn als Verantwortlichen noch **stärker in die Pflicht zu nehmen** und anzusprechen: Wenn wir wissen, an welchen Stellen noch Bedarf und Potenziale bestehen, können wir entsprechend agieren. Teilen Sie alle uns also Ihre **Themen und Wünsche** gerne mit! Niklas Müller schloss seine Rede mit dem Bekunden ab, Sie und Ihre Bedürfnisse als unsere Handelspartner in den kommenden Monaten noch besser kennenzulernen.

CHOVIVA

Freuen Sie sich bereits jetzt auf ein erneutes Format im Frühjahr 2026!



Bild: KI generiert

Der Kakaomarkt und seine Alternativen

Nach der Vorstellung unseres neuen Vorstandsmitgliedes übernahm unsere Einkaufs-Bereichsleiterin **Sonja Massafra** das Podium. Sie bot einen aktuellen Überblick zu **Lieferstopps und Rohstoffentwicklungen** auf den Weltmärkten. Unser FÜR SIE Rohstoff-Radar gibt Ihnen monatlich ein Gefühl dafür, was die Märkte bewegt und wie die Wetterlagen weltweit die Rohstoffnotierungen beeinflussen. Besonders akut ist die Lage beim Kakao, insbesondere im letzten Quartal 2024 schlug der **Preis der Kakaobohne** nur eine Richtung ein: steil nach oben.

Nicht zuletzt deshalb kommen **alternative Produkte und Lösungen** auf den Markt, die aus anderen und vor al-

lem günstigeren Rohstoffen hergestellt werden. Eine Schokoladen-Alternative ist **ChoViva**. Sonja Massafra leitete den **Fachvortrag von Kathrin Förster** ein. Sie stellte die kakaofreie und nachhaltige Innovation des jungen Unternehmens FORPLANETA vor. ChoViva nutzt als **Basis fermentierte Sonnenblumenkerne** und röstet diese schonend – denn wie bei der Kakaobohne auch entstehen 80 % des Geschmacks durch dieses Verfahren. ChoViva bietet ein breites Produktportfolio auf und hat seit Februar 2024 **mehr als 12 Eigenmarken-Artikel** von REWE sowie PENNY begleitet und eingeführt.



Die Digitalisierung der Bestellungen

Anschließend folgte der zweite **Fachvortrag** unseres Kundenforums. **Clemens Tsalikis, COO von Loql**, war zu Gast bei Stefan Goldhagen. Die Teilnehmenden des Livestreams wurden per QR-Code dazu aufgefordert, Gründe anzugeben für Digitalisierung im Bereich des Auftragseingangs. Effizienz und Kostensenkung sowie Vereinfachung der Bestellungen waren die meistgenannten Antworten.

Genau mit diesen Themenbereichen setzt sich die Bestell-App Loql auseinander: Das REWE-Tochterunternehmen bietet mit der Loql-Plattform **Hilfe bei Bestellprozessen von lokalen Lebensmitteln** – dies eröffnet sowohl

Abnehmenden als auch Erzeugenden und Produzierenden einige Vorteile. Falls Sie Interesse an der App für Ihren Handel haben, stehen Ihnen die bekannten Ansprechpartner aus dem FÜR SIE Vertriebsteam gerne zur Seite.

Auch der **rechtliche Teil** kam im diesjährigen Kundenforum nicht zu kurz. **Sascha Helmich** informierte über die relevanten **Gesetzesänderungen** zu den Bereichen Entwaldungsverordnung (EUDR), Nachhaltigkeitsberichterstattung (CSRD) sowie dem Thema E-Rechnungen. Er lieferte eine umfassende Übersicht über die wichtigsten Änderungen für den Handel anhand von eindrucklichen Beispielen.

Nach knapp drei Stunden Vortragszeit mit internen und externen Speakern schloss Stefan Goldhagen die Veranstaltung mit einer Fragerunde ab. Die Abschlussbewertung durch Sie alle als Teilnehmende und die **Rekordteilnahme-Zahl im Livestream** zeigten einmal mehr, von welcher Bedeutung ein Austausch und die Informationsvermittlung in dieser Form sind.

Das FÜR SIE Dienstleistungsportfolio – für die Stärkung Ihres Unternehmens

Anschließend übernahm die Bereichsleiterin Marketing & Dienstleistungen der FÜR SIE, **Lena Strozyk**, um die **neuesten Dienstleistungen** vorzustellen. Das Thema UTA, welches für Unternehmen mit angeschlossenem Fuhrpark interessant ist, konnte krankheitsbedingt leider nur kurz aufgegriffen werden. Nichtsdestotrotz stehen wir Ihnen diesbezüglich Rede und Antwort: Wir sind im engen Austausch mit den REWE-Kollegen, die das Partnermodell mit UTA betreuen – so erhalten Sie auch in diesem Bereich die besten Konditionen.

Eine weitere neue Dienstleistung, die wir Ihnen zentral anbieten können, ist die **Shop-in-Shop-Lösung** mit einem der bekanntesten Paketdienstleister Deutschlands: Hermes. **Kai Schüttken** stellte das Unternehmen und die Vorteile eines Shop-in-Shop-Systems für Filialen vor. Profitieren Sie hier durch unseren Rahmenvertrag von attraktiven zusätzlichen Vergütungen sowie kostenloser Ausstattung in Ihren Märkten!

LinkedIn, Instagram & Co.: Warum sollte ich mich als Unternehmer damit beschäftigen?

Zu guter Letzt übernahm **Lena Strozyk** noch einmal, um allen Teilnehmenden die **Relevanz von Social Media** näherzubringen. Ein Account auf LinkedIn oder Instagram kann nicht nur die Unternehmenssichtbarkeit fördern, sondern auch die Personalsuche unterstützen. In unserem Handout („Relevanz von Social Media für Unternehmen“) finden Sie wichtige, nützliche Tipps für einen guten Einstieg in das Thema. Das Handout steht Ihnen im Kundenportal als Download zur Verfügung.



Für das Wertvollste im Leben.

Durchschlafstest? Sehr gut. Ökotest? Auch.

Dank unserer Testsieger-Windel – von Ökotest bestätigt*



Gewohnte Qualität im neuen Pack

*Gilt für HiPP Windeln Größe 4. Im Test 15 Windeln, davon erhielten 2x sehr gut und 13x gut.



Hält Tag und Nacht sicher trocken.

- ✓ Nimmt extra viel Flüssigkeit auf durch innovativen Saugkanal
- ✓ Hält bis zu 12h trocken
- ✓ So sorgfältig hergestellt wie alles von HiPP

Dafür stehe ich mit meinem Namen. *Stefan Goldhagen*

hipp.de/windeln



FRISCH FRISIERT

Neues Styling für RONDOs Logistik

Ein knappes Jahr nach der Liquidation des langjährigen Logistikpartners FPE im April 2024 zieht die CMC-Verbundgruppe eine überaus positive Bilanz: Das große Projekt „Outsourcing der Logistikleistung der Eigenmarke RONDO Coiffeur“ an den Fulfillment-Spezialisten Koch International hat sich als voller Erfolg erwiesen. Was zunächst als Mammutaufgabe unter enormem Zeitdruck erschien, hat die positiven Erwartungen der CMC-Partner sogar übertroffen.



Die Ausgangssituation war herausfordernd: Nach dem unerwarteten Ausfall des bisherigen Logistikpartners stand die CMC vor der dringenden Notwendigkeit, eine nahtlose Weiterversorgung ihrer CMC-Partner mit der erfolgreichen Eigenmarke RONDO Coiffeur sicherzustellen. Die Wahl fiel auf Koch International, ein Logistik-Unternehmen, das sich durch seine Expertise und Flexibilität im Fulfillment-Bereich einen Namen gemacht hat.

Ein Wettlauf gegen die Zeit: Logistik-Ausschreibung und Implementierung in Rekordzeit

Die Zeit drängte. Zwischen der **Logistik-Ausschreibung** mit 19 Fulfillment-Anbietern, die als **Voraussetzung ein Gefahrgutlager** vorweisen mussten, und dem **Start** der ersten Auslieferungen an die CMC-Partner Ende Juni 2024 lagen gerade einmal **18 Wochen** – eine bemerkenswerte Leistung, die die Agilität und das Engagement beider Unternehmen eindrücklich unter Beweis stellt. Innerhalb von nur **fünf Werktagen** wurde der komplette RONDO Lagerbestand von RMD Logistics in Aschaffenburg zu Koch International in Osnabrück transportiert – eine logistische Meisterleistung, die den Einsatz von **18 Sattelzügen mit insgesamt über 600 Paletten** erforderte. Dieser reibungslose Umzug stellte sicher, dass es zu keinen nennenswerten Versorgungsengpässen für die CMC-Partner kam.

Schnittstellen und smarte Prozesse: Integration für eine effiziente Zukunft

Parallel zum physischen Umzug des Lagers wurde intensiv an der **digitalen Integration** gearbeitet. Ein entscheidender Schritt erfolgte mit der Einrichtung der Beschaffungs- und Bestellprozesse: über das gemeinsame **CMC ERP-System**, durch die Implementierung von direkten Schnittstellen zum IT-System von Koch International. Dank dieser Integration werden alle



Bestellungen der CMC-Partner, die bequem über die CMC AD-Bestellapp ausgelöst werden, **automatisch** in das **Koch-System** übernommen. Auch die Auftragsbestätigung erfolgt transparent aus dem CMC ERP-System.

Um die Transparenz und Steuerung der Prozesse weiter zu optimieren, wurde die **CMC GmbH** eigens in das **FÜR SIE Zentralregulierungssystem integriert**. Damit wurde ein weiterer wichtiger Baustein umgesetzt für die reibungslose Abwicklung der Belegverrechnung über die **FÜR SIE Zentralregulierung**. Diese etablierte Lösung ermöglicht es den CMC-Partnern, auch **alte Rechnungen** komfortabel in der CMC-App einzusehen.

Durch die Nutzung der spezialisierten Infrastruktur und der optimierten Prozesse von Koch International **erwartet** die CMC-Verbundgruppe eine deutliche **Reduzierung der Durchlaufzeiten** wie auch eine **höhere Umschlaggeschwindigkeit** der Waren. Zudem bietet Koch International die notwendige Flexibilität auf, um auf saisonale Schwankungen in der Nachfrage oder auf das Wachstum der Marke RONDO Coiffeur reagieren zu können. Die Kapazitäten lassen sich bedarfsgerecht anpassen, ohne dass die CMC-Verbundgruppe eigene Ressourcen dafür binden muss.

Der Fokus der CMC-Zentrale liegt auf dem Kerngeschäft. Die **Auslagerung**

der Logistik ermöglicht es der CMC-Verbundgruppe, ihre **internen Ressourcen stärker zu konzentrieren**: auf die Weiterentwicklung der Marke RONDO Coiffeur, die Produktentwicklung und die Kundenbetreuung.

Überzeugende Ergebnisse: zufriedene Partner und gesteigerte Effizienz

Die Ergebnisse dieser Anstrengungen können sich sehen lassen: Die **CMC-Partner** sind mit dem erwirtschafteten Überschuss aus dem ersten Jahr des RONDO Lagergeschäfts unter der Regie von Koch International überaus **zufrieden**. Die reibungslosen Abläufe, die hohe Lieferqualität und die verbesserte Transparenz haben zu einer deutlichen Steigerung der Effizienz und Zufriedenheit geführt.

Die erfolgreiche Auslagerung der Logistikleistungen für die Eigenmarke RONDO Coiffeur an Koch International innerhalb dieser kurzen Zeitspanne ist bemerkenswert: als Beispiel für die Leistungsfähigkeit der CMC-Zentrale in Köln, ebenso wie als Sinnbild für die intensive Zusammenarbeit mit den CMC-Partnern in einer Krisensituation. Mit diesem Schritt unterstreicht die CMC ihre Ambitionen, die Position der Eigenmarke RONDO Coiffeur im Friseurmarkt weiter zu stärken und ihren Partnern einen noch besseren Service zu gewährleisten.

AKTUELL
FÜR SIE

31

Service nach Ihrem Geschmack

„Können wir auch Stromverträge über die FÜR SIE Handelsgenossenschaft abschließen?“, „Bietet die FÜR SIE ebenfalls die Bereitstellung hochauflösender Produktabbildungen?“ oder „Gestaltet die FÜR SIE auch unsere Aktionsmedien und Print-Handzettel?“ – das sind nur einige der Fragen, die unser Vertriebsteam regelmäßig gestellt bekommt. Die kurze und knackige **Antwort auf all diese Fragen** lautet: **Ja**, natürlich!

Kennen Sie unser komplettes Dienstleistungsportfolio? Wir haben ein **vollumfängliches Verzeichnis** unserer Dienstleistungen in Form eines Kataloges für Sie erstellt. Dieser steht ab sofort zum Durchklicken in digitaler Form im Kundenportal bereit.

Exzellenz in all unseren Dienstleistungen

Von A wie Angebotskommunikation über M wie Mystery Shopping bis W wie Werbemittel-Webshop

In dieser Unterlage finden Sie alle Dienstleistungen der FÜR SIE Handelsgenossenschaft nach Bereichen und Themen gegliedert. Wählen Sie aus den Bereichen Beschaffung Werbemittel, Multimedia, Consulting, Report, Schulung, Handzetteldruck und Sonstige Leistungen. Im **Inhaltsverzeichnis** können Sie ganz einfach auf die gewünschte Dienstleistung klicken – Sie werden automatisch zur entsprechenden Seite **weitergeleitet**. Hier

erwarten Sie alle **weiteren Informationen, Parameter** und gegebenenfalls **Voraussetzungen** sowie **Preise** zur gewählten Leistung.

Profitieren Sie auch im Dienstleistungsbereich von unserer langjährigen Kompetenz und unserem Know-how! Durch die Konzernnähe zur REWE können wir Ihnen besonders **attraktive Konditionen** anbieten.

Zögern Sie nicht, Ihren Vertriebsansprechpartner oder die angegebenen Personen im Dienstleistungs-Katalog zu kontaktieren! Gerne beraten wir Sie und erstellen Ihnen ein **unverbindliches Angebot** zu der gewünschten Leistung oder zu Ihrem favorisierten Produkt.

Sollten Sie einen Service vermissen, können Sie uns ebenfalls kontaktieren und diesen **anfragen**. Wir werden versuchen, diese Leistung dann zentral für alle Anschlusshäuser zu günstigen Konditionen zu offerieren.

Entdecken Sie jetzt unseren neuen FÜR SIE-Dienstleistungskatalog – individuell und passgenau auf Ihren Bedarf zugeschnitten! Sie finden ihn im **Kundenportal** unter dem **Reiter „Dienstleistungen“** oder direkt über den QR-Code:



Beschaffung Werbemittel

Handzetteldruck

Gestaltet die FÜR SIE auch unsere Aktionsmedien und Print-Handzettel? Ja.

Zentrale Dienstleistungen, wie z. B. Investitionsgüter

Report

Multimedia

Consulting

Schulung



SERVICE NACH IHREM GESCHMACK · AKTUELL

- Anzeige -



Die zuverlässigen Teamplayer von Barilla for Professionals – für effizienteres Arbeiten in der Küche.

Mehr Infos unter www.barillafoodservice.de



- Anzeige -

DOONY'S
Taste the magic of everyday

Erlebe den Zauber der neuen Doony's® Magic Mix Box!



Die Magic Mix Box von Doony's® bringt dir magische Momente! Genieße eine Auswahl an Donuts, ob gefüllt oder ungefüllt – die dir garantiert ein Lächeln ins Gesicht zaubern. Tauche ein in die faszinierende Welt unserer unwiderstehlichen Donuts!



FÜR WEITERE INFOS



Die Konkurrenz spart schon!

Und Sie?

Vorteil Genossenschaft! Sparen mit UTA

Als Eigentümergenossenschaft der REWE Group profitiert die FÜR SIE von zahlreichen Vorzügen durch Rahmenverträge. Partizipieren auch Sie an Einsparungen: Mit exklusiven **Sonderkonditionen** für Ihre **Tankkosten sparen** Sie unter anderem bis zu 8 Cent/Liter auf Dieselkraftstoff und bis zu 0,85 % bei der **deutschen Maut**.

Als unser Kunde greifen Sie zu besonders lohnenswerten Konditionen auf den bewährten **UTA Edenred Service** zurück. Gemeinsam stellen wir sicher, dass Ihr Fuhrpark reibungslos unterwegs ist, damit Sie wieder mehr Zeit auf Ihr Kerngeschäft verwenden können. Konkret bedeutet das für Sie: tanken, **wann und wo** Sie wollen, **markenunabhängig** und vor allem **preisgünstig**.

Das lästige Suchen nach der nächstgelegenen Tankstelle hat ein Ende – dank des **flächendeckenden Netzes** an UTA Akzeptanzstellen. Damit sparen Sie nicht nur Geld ein, sondern nutzen Ihren Fuhrpark auch **effizienter und produktiver**.

Mit dem führenden Mobilitätsdienstleister UTA Edenred kommen Sie in den Genuss zahlreicher **Vorteile** für Ihren Fuhrpark.

*mit der Toll Collect OBU, GO-Box oder der UTA One next

Günstig und schnell tanken

An **über 68.000 Tankstellen in Europa** tanken Sie markenübergreifend preiswert. Mit der UTA EasyFuel® App schließen Sie den Tankvorgang einfach **via Smartphone** ab – ohne weitere Wartezeiten. Auch das Laden Ihrer Elektro- und Hybridfahrzeuge lässt sich mit UTA eCharge ausgesprochen bequem handhaben – ob an öffentlichen Ladestationen, am Arbeitsplatz oder zu Hause.

Sparen bei Maut und Ausstattung

Mit UTA One® next steht Ihnen eine Mautlösung für ganz Europa zur Verfügung. So benötigen Sie nur **eine einzige OBU** für aktuell 17 Länder. Sie erhalten bis zu 0,85 % netto Bonus auf die Maut in Deutschland und 1,1 % auf die Maut in Österreich*.

Service und Zahlungen

Woran nicht gespart wird bei UTA Edenred? Am ausgeprägten **Servicebereich**: Das **UTA Service Center** und ein persönlicher **Ansprechpartner** vor Ort ermöglichen Ihnen ein komfortables Flottenmanagement. Attraktive **Zahlungsziele** und **Liquiditätsvorteile**, individuelle **Zahlungs- und Abrechnungsrhythmen** sowie eine **transparente Rechnung** für alle Transaktionen inklusive Kostenstellen: Durch diese Merkmale gestalten sich Ihre Abrechnungen äußerst leicht – und erfreulich.

„Wir fahr’n jetzt zur Tanke. Ich brauch’ ’ne Flasche Schnaps.“

Zitat aus „Bang Boom Bang“ (1999), Kalle Grabowski

Werden Sie jetzt Nutznießer der gruppenübergreifenden Rabatte und sparen Sie richtig Geld ein!

KONTAKT

Ihre Ansprechpersonen im Vertrieb beraten Sie gerne.

LinkedIn zum Löffeln

Social Media ist wie gutes Essen: Selbst gemacht. Gut gewürzt. Und mit Liebe serviert.

Facebook, Instagram, TikTok, Snapchat, XING, LinkedIn, YouTube – die Liste der Sozialen Medien ist lang. Sie kennen die Plattformen oder besitzen vielleicht sogar selbst einen Account? Als **Privatperson** ist der schnell erstellt und man teilt sehenswerte Urlaubsfotos oder lustige Tiervideos. Auch **Unternehmen** halten zunehmend Einzug in die **sozialen Medien**. Doch was genau sind die Motivatoren für einen Unternehmensaccount – und welchen Content veröffentlicht man?

Anhand unseres LinkedIn-Accounts geben wir Ihnen einen Einblick in unsere Social-Media-Strategie – und verraten Ihnen dabei einige Tipps rund um das Posten sowie die empfohlenen Inhalte.

Was sind Soziale Medien und welche Vorteile bringen sie uns als Unternehmen?

Unter Sozialen Medien verstehen wir **digitale Kommunikationskanäle**, die der **Vernetzung** dienen. Jeder Nutzende erstellt dazu ein Profil beziehungsweise einen Account auf der entsprechenden Plattform. Dort kann man sich mit anderen Menschen oder Unternehmen vernetzen und **Inhalte erstellen, teilen sowie kommentieren**. Allein im Februar 2025 gab es 31,3 Mio. Nutzende auf Instagram in Deutschland. LinkedIn zählte immerhin 21 Mio. Accounts.¹

Unternehmen vernetzen sich zunehmend über Soziale Medien mit ihren **Geschäftspartnern** und **Kunden** sowie den **Mitarbeitenden** und **Bewerbenen**. Zu den am meisten genannten Nutzungsmotiven von Unternehmen bezüglich Social Media zählen die **Imagepflege** (73 %) sowie **Personal Recruiting** (49 %).²

Warum Social Media kein Fast Food ist

Hauptsächlich werden die Accounts für die Suche nach Arbeitskräften und für das Employer Branding eingesetzt. Beide Strategien lassen sich über soziale Netzwerke hervorragend ausspielen – und das in Kombination: Sie können sich dort als **attraktiver Arbeitgeber** positionieren sowie **Einblicke** in Ihr Unternehmen vermitteln. Somit stellen Ihre Social-Media-Beiträge **kostenlose** Aushängeschilder für Ihr Unternehmen dar. Potenzielle Mitarbeitende können sich einen **ersten Eindruck** von Ihnen als Arbeitgeber verschaffen, doch auch Sie können **wertvolle Informationen zu Ihren Bewerbenden** über soziale Netzwerke erhalten.

Wie anfangen mit Social Media?

Am Anfang sollten Sie sich eine **Strategie** überlegen. Was sind die **Interessenschwerpunkte** Ihrer Zielgruppe und auf welchen sozialen Netzwerken ist diese vertreten? Welche Identität und **Markenbotschaft** möchte Ihr Unternehmen vermitteln? Legen Sie zudem gleich zu Beginn fest, welche **Werte und Regeln** Sie in den Sozialen Medien vertreten möchten.

Wenn diese Fragen geklärt sind, können Sie einen Account auf der jeweiligen Social-Media-Plattform erstellen. Das gestaltet sich meist kostenlos, die **Zusatz-Funktionen** sind jedoch häufig mit **Gebühren** verbunden.

Und nun? **Veröffentlichen** Sie regelmäßig Content, Content, Content! Doch was genau können Sie auf LinkedIn posten? Hier sind einige kreative Impulse für Sie:

- 🔑 Aktuelle Stellen
- 🔑 Ihre Mitarbeiter-Vorteile
- 🔑 Arbeitseinblicke in den Alltag Ihres Unternehmens
- 🔑 Fach- und Branchenwissen
- 🔑 Berichte von Events, Feiern oder Strategietreffen
- 🔑 Berichte über aktuelle Projekte oder Trends in Ihrem Unternehmen

LinkedIn ermöglicht verschiedene **Posting-Formate**. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass es für den Account besser ist, nicht immer die gleichen Formate (Foto-, Video-, Dokument- oder einfaches Text-Posting) zu nutzen, sondern diese zu **variieren**. Der Feed sieht abwechslungsreicher aus und auf den **LinkedIn-Algorithmus** wirkt sich eine Durchmischung der Formate ebenfalls positiv aus.



Eine einfache Anleitung von uns, wie Sie ein erfolgreiches Unternehmensprofil auf LinkedIn erstellen und verwalten, steht für Sie im **Kundenportal** oder über den QR-Code bereit.

¹ Vgl. Meltwater, DataReportal, We Are Social. (2025). Social-Media-Plattformen nach Anzahl der Nutzer¹ in Deutschland im Februar 2025 (in Millionen). Statista. Statista GmbH. Zugriff: 24. April 2025. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1560013/umfrage/nutzerzahlen-sozialer-medien-in-deutschland/>

² Vgl. Statistisches Bundesamt. (2024). Motive für die Nutzung von Social Media in Unternehmen in Deutschland im Jahr 2023. Statista. Statista GmbH. Zugriff: 24. April 2025. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1498242/umfrage/nutzungsmotive-von-social-media-in-unternehmen-in-deutschland/>

Auch auf die **richtigen Hashtags** kommt es bei Ihrem Content an. Mit dem Wort nach dem Hashtag (#beispiel) wird der Beitrag Ihres Unternehmens **auffindbar und sichtbar**, wenn Menschen gezielt danach suchen. Am besten posten Sie Ihre Beiträge an den **Wochentagen vormittags** mit mindestens 24 Stunden Abstand zum nächsten Beitrag.

Für den Algorithmus ist nun die **Interaktion** mit dem Beitrag wichtig. Falls Sie **Kommentare** darunter erhalten, beantworten Sie diese zuerst und reagieren dann beispielsweise mit einem „Gefällt mir“. Interagieren Sie zusätz-

lich mit Beiträgen **anderer Unternehmen** – das steigert Ihre **Sichtbarkeit** sowie die Reichweite Ihres Beitrages.

Wir haben ebenfalls gute Erfahrungen mit **Corporate Influencern** gemacht. Das sind **Mitarbeitende** unseres Unternehmens, die sich auf LinkedIn aktiv äußern, Inhalte, Meinungen sowie Einblicke in ihren Arbeitsalltag teilen und somit das **öffentliche Bild mitprägen**. Die Vorteile dieser persönlichen Beiträge bestehen darin, dass sie Authentizität und Menschlichkeit auszeichnen. Dadurch kann eine emotionalere Verbindung hergestellt werden. Außerdem erzielen persönliche Profile

durch den Algorithmus von LinkedIn eine höhere Reichweite. Sie können eine positive Ausstrahlungskraft auf Ihr Unternehmen erzeugen.

Unser Fazit

Social Media zeigt sich **komplex**, aber mit einer Strategie und etwas Geduld kann ein Unternehmensaccount zu einem **besseren Image** führen wie auch Ihr Recruiting unterstützen – ganz nach dem Motto: Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen.

Zeigt Ihr Profil wirklich, wer Sie sind?

Profilbild

Ist Ihr Firmenlogo gut zu erkennen?



Info

Haben Sie alle wichtigen Informationen und die Beschreibung Ihres Unternehmens angegeben? Finden die Nutzen Ihre Kontaktdaten, Adressen etc.?

Profillogan

Beschreiben Sie Ihr Unternehmen in einem Satz oder fügen Sie Ihren Unternehmens-Slogan ein.

Jobs

Sind Ihre offenen Stellen im Profil aktuell? LinkedIn bietet die kostenpflichtige Zusatzfunktion „Job-Slot“ an: Über diese Funktion werden die angelegten Jobs über Zielgruppenspezifische Daten an entsprechende potenzielle Bewerbende ausgespielt.

Social Media ist kein Fast Food, weil es langfristig Denken, Fühlen und Handeln beeinflusst.

Titelbild

Ist das Titelbild in der Firmen-Cl gestaltet? Passt es zum Profilbild?

FÜRSIE

SAVE THE DATE
10. September 2026

FÜR SIE MESSE
Halle 2.1 koelnmesse

Was auf dem Teller und im Regal begeistert – wir zeigen es Ihnen!



APOSTELS
am besten griechisch

UNSERE NEUEN

Veganer

- › Das erste **vegane** Marken-Zaziki
- › Nach den beliebten **Rezepten der Familie Papapostolou** auf rein pflanzlicher Basis
- › Produktqualität auf bewährtem **Apostels-Niveau**
- › Mit hochwertigem **Mandel- und Kichererbsenprotein**



IN BEWÄHRTER APOSTELS QUALITÄT

VOM PROSPEKT ZUR APP

WIE DIE GVG ZUKÜNFTIG DIGITAL VERMARKTET



DIE GETRÄNKE KÖNNER

Herr Gauß, seit gut einem Jahr gibt es innerhalb der GVG das neue Team Digitale Plattform. Häufig geistert über die Flure am Theodor-Heuss Ring der Begriff „Digitale Marketing- und Vertriebsplattform“. Was verbirgt sich dahinter und wie kam es dazu?

Die Angebotskommunikation stellt eine der zentralen Dienstleistungen der GVG dar, daher schauen wir uns stetig **aktuelle Marktforschungsstudien** an und befinden uns viel im **Austausch** mit unseren Händlern. Klar ist, dass **digitale Touchpoints** in der heutigen Handelswelt für den Endkunden immer relevanter werden, auch wenn das klassische Prospekt auch weiterhin von vielen Händlern physisch verteilt wird. Die Tendenz ist dabei eindeutig: Der **Marketing-Mix** wird immer bunter, die **Print-Auflagen** sinken.

Auf unserer Endkundenwebsite www.getraenke-koenner.de bilden wir bereits seit gut drei Jahren das **digitale Prospekt** aller Partner ab und sind im **Newsletter-Marketing** aktiv. 2024 haben wir die digitale Angebotskommunikation via **WhatsApp** sowie die Präsenz auf Kanälen wie **MeinProspekt** und **kaufDA** weiter deutlich ausgebaut.

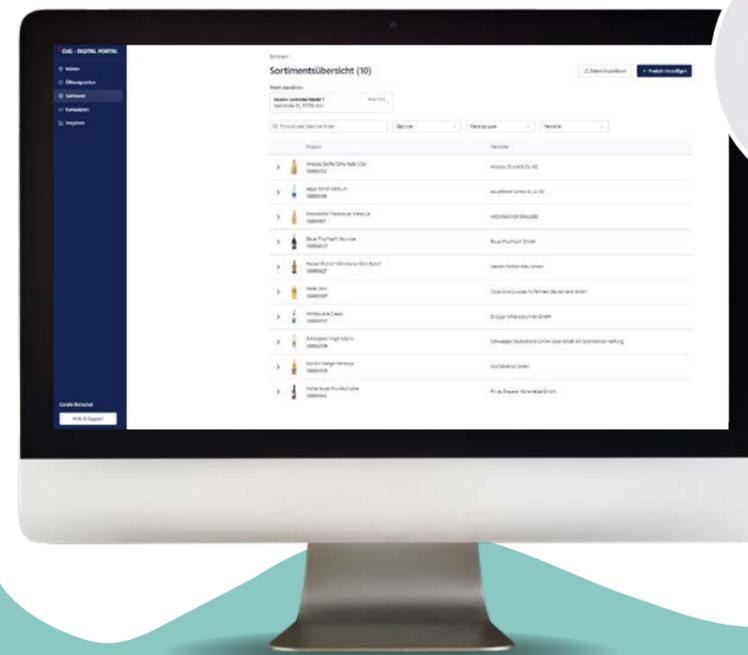
Wir haben jedoch immer mehr festgestellt, dass sich die Aussteuerung der Angebote auf den unterschiedlichen Kanälen sehr aufwendig gestaltet und eine Automatisierung helfen würde. Daher haben wir vor gut 1,5 Jahren mit der Konzeption der **neuen digitalen Marketingplattform** begonnen und konnten nun die erste Projektphase erfolgreich abschließen.

Sie sprechen von der ersten Projektphase. Was beinhaltet diese?

Die **Grundlage** der Plattform bildet das neue **Händlerportal** für alle Partner der GVG. Das Portal ist zukünftig die **zentrale Stelle** für die Pflege von Marktstammdaten und Marktsortimenten, ebenso für die Planung von analogen und digitalen Werbemaßnahmen sowie für die Pflege der Vermarktungsleistungen für die Industrie. Teil der ersten Phase waren zudem der Aufbau einer zentralen Artikelstammdatenbank sowie der Launch der neuen **Endkundenwebsite www.getraenke-koenner.de**.

Wie auf dem neuen LinkedIn-Kanal der FÜR SIE zu sehen war, wurde das Teilprojekt zum Aufbau einer neuen Artikelstammdatenbank auf Deutschlands größtem Marketing- und Tech-Event, dem OMR Festival, präsentiert. Welche Rollen spielen denn die Produkte auf der Plattform?

Produkte sind das A und O – sie bilden die Grundlage für alle Prozesse. In den Jahresgesprächen mit der Industrie definieren wir konkrete Anforderungen an die Vermarktung, die wir anschließend den passenden Produkten zuordnen. Auf dieser Basis gestalten wir die Angebote auf unserer Website so, dass sie für Endkunden klar ersichtlich sind. Zusätzlich werden wir unseren GVG-Händlern **künftig** eine neue Dienstleistung anbieten: einen Abholservice in Verbindung mit einer vorherigen Online-Bestellung (**Click & Collect**).



Simon Gauß, verantwortlich für den Bereich „Getränkemarkt der Zukunft“ bei der REWE-FÜR SIE GVG, zur neuen digitalen Marketing- und Vertriebsplattform

Seit Mai ist auch die neue Website www.getraenke-koenner.de live. Was macht sie so besonders?

Wir haben ein **zeitgemäßes Content-Management-System** für unsere Website ausgesucht, das uns Flexibilität in der Pflege der Inhalte bietet – dies lässt auch neue Potenziale hinsichtlich Umsetzung und Zusammenarbeit mit der Industrie zu. So haben wir etwa ein neues **Gewinnspielmodul** implementiert und bereits erste Kampagnen veröffentlicht, zum Beispiel mit Coca-Cola.

Darüber hinaus ist die Website mit der Hilfe von UX/UI-Experten grundlegend aus Sicht der Nutzer umgestaltet worden. Mithilfe einer **Online-Marketing-Agentur** haben wir sie angepasst an die Anforderungen für eine hohe Auffindbarkeit bei Suchmaschinen wie Google. Dadurch verspüren wir bereits heute eine **deutliche Reichweitensteigerung**.

Zudem haben wir bereits zahlreiche Vorarbeiten geleistet, um in den weiteren Ausbaustufen nützliche E-Commerce-Funktionen wie einen **Warenkorb** etc. in die Website zu integrieren.

Wie lässt sich ein derartiges Projekt denn stemmen? Wer hat bei der Umsetzung geholfen?

Im Rahmen eines Auswahlprozesses haben wir uns für eine Zusammenarbeit mit der Digitalagentur kernpunkt aus Köln-

Ehrenfeld entschieden. Im Rahmen einer agilen Zusammenarbeit sind wir als Projektteam der GVG in 14-tägigen Sprint-Reviews und Konzeptionsterminen mit dem 8-köpfigen Entwicklerteam, Product Owner, UX/UI-Designer, Solution Architect und mit vielen weiteren im Austausch. Intern haben wir ebenfalls entsprechende Ressourcen aufgebaut.

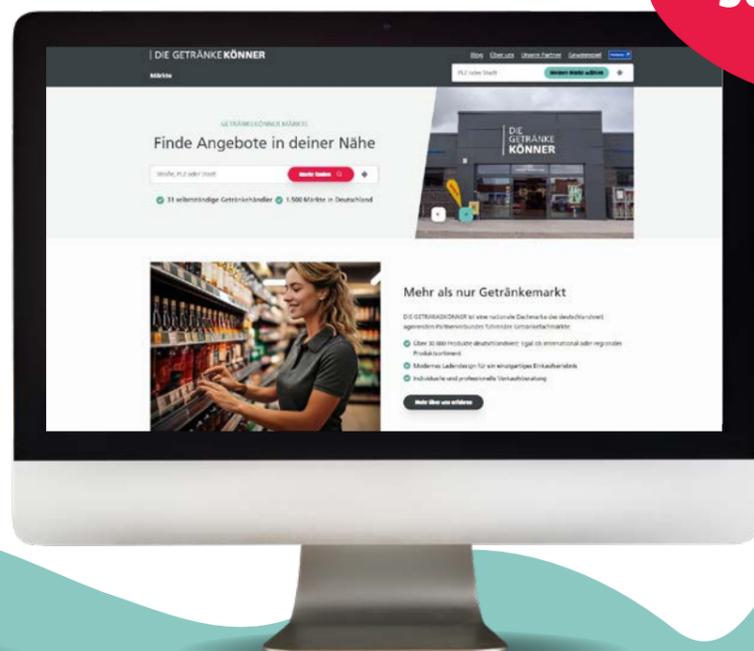
Auf welche nächsten Erweiterungen dürfen sich die GVG-Partner in Zukunft freuen?

Nach der Website-Entwicklung ist vor der **App-Entwicklung**. Wir beabsichtigen, noch in diesem Jahr erstmals eine eigene **DIE GETRÄNKEKÖNNER** App in den gängigen App-Stores zu publizieren. Weiterhin wollen wir uns auch dem digitalen Vertrieb widmen: Wir planen die Implementierung eines **Onlineshops** zur digitalen Vorbestellung von Getränken mit direkter Abholung im Getränkefachmarkt – also klassisches **Click & Collect**.



Scannen Sie den QR-Code und entdecken Sie unsere **Vision: die Digitale Plattform der GVG!**

DIE NEUE DGK-WEBSITE. SCAN MICH!



VOM PROSPEKT ZUR APP · AKTUELL

Bild: takepicsforfun | www.shutterstock.de

-Anzeige-



„Wir genießen unser Zuhause – unbeschwert und ungestört, dank Aeroxon!“

*Biozidprodukte vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformation lesen.

www.aeroxon.de

PERSÖNLICH
FÜR SIE

45

AUS DER GETRÄNKE- IN DIE DENKFABRIK

Niklas Müller mixt ab jetzt Zukunftspläne

Herr Müller, zunächst einmal herzlichen Glückwunsch zu Ihrer neuen, verantwortungsvollen Position bei der FÜR SIE! Ganz neu ist den meisten Ihr Gesicht nicht. Doch Sie möchten zunächst an dieser Stelle ein paar persönliche Worte an alle Mitglieder richten.

Ich freue mich sehr, mich Ihnen vorstellen zu dürfen. Als **neuer Vorstand** des Unternehmens trete ich mit viel **Vorfreude und Respekt** in eine Rolle, die sowohl eine große Verantwortung als auch zahlreiche spannende Herausforderungen mit sich bringt.

Sie sind bereits seit **10 Jahren** in unterschiedlichen Funktionen bei der FÜR SIE tätig – Sie wissen also um die Herausforderungen der Branche und des Unternehmens.

Ich habe über die Jahre viele unterschiedliche Stationen bei der FÜR SIE durchlaufen, zuletzt als Geschäftsführer der GVG (Getränkevermarktungs- und Einkaufsgesellschaft) und der LHV (Mehrweg-Getränke Logistik). Dabei habe ich viele **wertvolle Erfahrungen** gesammelt, die ich nun in unsere gemeinsame Arbeit einbringen möchte. Aber nicht nur **Fachwissen**, sondern vor allem die **Zusammenarbeit** und die Menschen **hinter einem Unternehmen** sind mir wichtig.

Was mich an unserem genossenschaftlichen Unternehmen besonders beeindruckt, sind das **ausgeprägte Miteinander** sowie der starke Ge-

meinschaftssinn, der unser tägliches Handeln prägt. Dieses vertrauensvolle Zusammenwirken über alle Ebenen hinweg schafft eine Kultur des gemeinsamen Wirkens und Gestaltens.

Ich sehe mit Zuversicht und Freude der weiteren Zusammenarbeit entgegen – im Sinne eines starken Miteinanders und eines nachhaltigen Zusammenkommens.

Wie sah Ihr Leben vor der Tätigkeit bei der FÜR SIE aus?

Meine ersten Berührungspunkte mit dem Handel haben bereits in meiner Jugend bei den REWE-Kaufleuten Mokanski und Lenk in meiner **Heimstadt Bochum** stattgefunden. Hierbei durfte ich die wahrscheinlich „schönsten“ Seiten des Handels kennenlernen: in der **Mehrwegflaschensortierung** im Hochsommer und beim Befüllen von Regalen im **Weihnachtsgeschäft**. Trotz oder vielleicht auch gerade aufgrund dieser Erlebnisse hat mich die Begeisterung für den Handel in seinen unterschiedlichen Facetten seither nicht mehr losgelassen. Nach meinem Abitur und beruflichen Stationen in **Norddeutschland** bekam ich durch eine Trainee-Stelle bei der Metro-Konzernrepräsentanz in **Berlin** die Gelegenheit, wieder mit dem Handel in Berührung zu kommen. Anhand meiner Arbeit in einer **Marketingagentur** in Berlin und Köln hatte ich zudem die Möglichkeit, den Handel aus Sicht der Industrie kennenzulernen.

Das Leben besteht nicht nur aus Arbeit, auch wenn der Workload vor allem am Anfang einer neuen Position sehr hoch ausfällt. Wie gestalten Sie Ihre Freizeit?

Abseits des Büros bin ich gerne in der **Natur unterwegs**, besonders beim **Laufen oder Skifahren** – das hilft mir, den Kopf freizubekommen. Auch meine **Familie** spielt eine zentrale Rolle in meinem Leben: Wir verbringen viel Zeit miteinander, was dazu beiträgt, immer wieder neue Perspektiven zu gewinnen.



Was treibt Sie an? Welche Impulse möchten Sie in den nächsten Monaten setzen?

Aus meiner Sicht müssen wir in **drei Bereichen** neue Wege beschreiten:

1. Um **Konditionen und Preise** als unser Brot- und Buttergeschäft zu stärken, müssen wir die **Zusammenarbeit von Einkauf und Vertrieb** stärker auf die **Bedürfnisse** unserer Mitglieder abstimmen und die **Sichtbarkeit** zur REWE erhöhen.

2. **Stillstand ist Rückschritt** – unser zukunfts- und kundenorientiertes **Dienstleistungsangebot** müssen wir permanent **überarbeiten** und nach Trends, neuen Technologien und Geschäftsmodellen ausrichten. Durch Ihr **Feedback** können wir unsere Services verbessern und schnell reagieren. Helfen Sie uns, immer am Puls der Zeit zu sein!

3. Das **Netzwerk** voll ausschöpfen – denn unsere **Kundenveranstaltungen** haben neben der Informationsweitergabe noch ein weiteres Hauptziel: Wir möchten Ihnen die Gelegenheit geben, sich zu **vernetzen** und von den Kontakten zu **profitieren**. Nutzen Sie die Synergieeffekte, die Ihnen die Gruppe bietet!

Zu guter Letzt: Welche Botschaft möchten Sie unseren Lesenden mitgeben?

Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit jedem einzelnen von Ihnen! Unser Unternehmen hat in den letzten Jahren viel erreicht, und ich bin überzeugt, dass wir mit Ihrer Unterstützung und unserem gemeinsamen Engagement noch **viele weitere Meilensteine** erreichen werden. Lassen Sie uns gemeinsam handeln!

”

Ich freue mich auf einen intensiven Austausch mit Ihnen und darauf, die FÜR SIE und unseren Förderauftrag für Ihr Unternehmen gemeinsam weiterzuentwickeln. Zögern Sie nicht, mich anzusprechen, wenn Sie Wünsche oder Anregungen haben – ich bin immer offen für ein Gespräch!



JEDE RESSOURCE IM BLICK – SELBST DEN KAFFEEVERBRAUCH Team Controlling



Hans-Bernd
Behrens



Philip Merten

Bereichsleitung Finanzen und Controlling
Telefon: + 49 (0) 221 16041-230
philip.merten@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Im Alltag versuche ich regelmäßig, sportliche Aktivitäten einzubinden. Dazu gehört das Joggen nach Feierabend und die An- und Abreise via Fahrrad, was auf dem Rückweg ins Bergische Land durchaus herausfordernd sein kann.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Da stehen bei mir eindeutig an erster Stelle meine Freunde und Familie. Wichtig im Leben finde ich aber generell, nicht nur auf seine Liebsten, sondern auf alle Menschen und die Umwelt um uns herum zu achten.

Was motiviert Dich?

Mich motiviert generell immer, Neues zu entdecken oder zu lernen. Das schaffe ich sowohl privat, beispielsweise durch das Reisen, als auch bei der FÜR SIE, da in der sich ständig verändernden Welt kaum ein Tag wie der andere verläuft.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Die FÜR SIE steht für mich vor allem für einen äußerst verlässlichen Arbeitgeber, bei dem ich schon seit fast 18 Jahren tätig bin. Zudem überzeugt mich der genossenschaftliche Fördergedanke und stellt ein Grundprinzip dar, nach dem ich sehr gerne arbeite.

Senior Controller

Telefon: + 49 (0) 221 16041-233
hans-bernd.behrens@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Neues ausprobieren – dabei habe ich gerade das Rudern entdeckt, das ist ein toller Ausgleich zur Arbeit.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Offen für Neues zu sein.

Was motiviert Dich?

Die Herausforderung, etwas zu verbessern und Dinge neu zu denken.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Viel Abwechslung, großartige Kolleginnen und Kollegen und spannende Aufgaben.



Bild: Michael Eichhammer | www.adobestock.com



Petra Birkenbeul

Konditionsabrechnung Controlling
Telefon: + 49 (0) 221 16041-248
petra.birkenbeul@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Ich verbringe sehr gerne Zeit in unserem Garten, da gibt es immer was zu tun. Oder auf Reisen Neues entdecken, entspannen, lesen, sich in der Natur aufhalten.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Es geht mir darum, ein Leben zu führen, das sich gut anfühlt; authentisch zu leben, Beziehungen zu pflegen und um das Verständnis, dass die wertvollsten Dinge im Leben weder gekauft noch verkauft werden können. Vielleicht geht es darum, Momente zu sammeln, nicht Dinge.

Was motiviert Dich?

Die tägliche Neugierde auf das, was kommt: neue Herausforderungen und Erlebnisse, spontane Ereignisse, aber auch lieb gewonnene Routinen, Begegnungen mit Menschen.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

In den vergangenen Jahren habe ich viele Menschen in der FÜR SIE kennenlernen dürfen, mit unterschiedlichen Voraussetzungen, Ansichten, Zielen, Motivationen. Wir beschäftigen uns gemeinsam mit Themen, tauschen Gedanken aus, erarbeiten Lösungen und setzen sie um. Wir unterstützen uns gegenseitig. Diese wunderbar angenehme Atmosphäre schätze ich an der FÜR SIE, das empfinde ich als sehr bereichernd.

Senior Controller
Telefon: + 49 (0) 221 16041-236
patrick.karwatzki@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Für mich gibt es nichts Schöneres, als nach einem arbeitsreichen Tag in die Natur einzutauchen. Ob beim Wandern oder Radfahren, bei der Gartenarbeit, aber auch beim Kochen oder Backen – das sind für mich Momente der Ruhe und Entspannung, in denen ich neue Energie tanken kann.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Für mich bedeutet ein erfülltes Leben, sich seiner inneren Stärken bewusst zu sein und diese zu nutzen, um im eigenen Umfeld einen positiven Beitrag zu leisten und das Negative möglichst hintanzuhalten.

Was motiviert Dich?

Meine Neugierde treibt mich an! Ich liebe es, Neues zu entdecken, ständig dazulernen und mich auch an kniffligen Aufgabenstellungen zu beweisen. Wenn ich eine Herausforderung erfolgreich gemeistert habe, ist das ein unbeschreibliches Gefühl.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Die FÜR SIE bietet mir eine tolle Kombination aus Freiheit und Verantwortung. Ich schätze die Flexibilität durch mobiles Arbeiten sowie die Möglichkeit, meine Arbeitszeit selbstständig zu gestalten. Gleichzeitig sind die Anforderungen hoch, doch gerade das in Verbindung mit den interessanten Aufgaben und den wirklich kompetenten wie auch hilfsbereiten Kolleginnen und Kollegen macht die Arbeit hier so besonders.

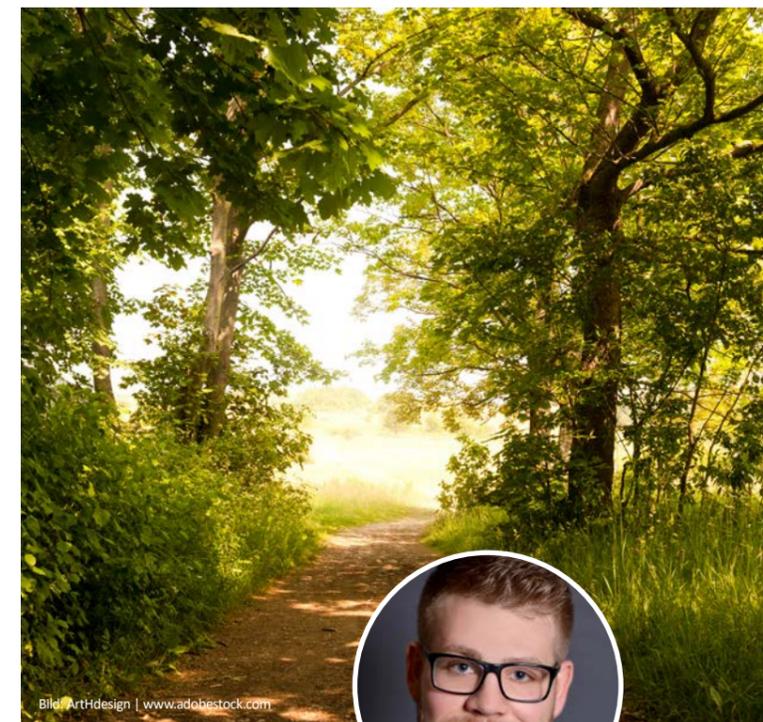


Patrick Karwatzki



Maria Karavezyroglou

Vorgelagerte Abrechnung
maria.karavezyroglou@fuer-sie-eg.de



Sascha Helmich

Funktionsbereichsleitung
Risikomanagement
Telefon: + 49 (0) 221 16041-247
sascha.helmich@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Am besten entspanne ich bei Sport, Zeit in der Natur oder einfach bei einem gemütlichen Abend mit Familie und Freunden – das gibt mir neue Energie für alles, was ansteht.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Für mich zählen echte Beziehungen, Gesundheit und die Möglichkeit, mich weiterzuentwickeln – beruflich wie privat möchte ich nie stillstehen.

Was motiviert Dich?

Mich treibt an, Neues zu lernen, Herausforderungen anzupacken und am Ende des Tages das Gefühl zu haben, etwas Sinnvolles bewegt zu haben.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Mein Arbeitgeber ist für mich mehr als nur ein Arbeitsplatz: Er gibt mir die Chance, mich einzubringen, mich weiterzuentwickeln und gemeinsam Erfolge zu feiern.

Tara Fardirad



Werkstudentin
tara.fardirad@fuer-sie-eg.de

Melinda Subasi

Werkstudentin Controlling
melinda.subasi@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Mein Ausgleich liegt in meinem Umfeld: Mein Zuhause, meine Familie, meine Freunde und meine Interessen ermöglichen mir die Balance im Leben. Mein Umfeld ist meine Ruhezone, in der ich sorgenfrei abschalten und meine Gedanken sortieren kann. Sport hilft meinem Kopf, wieder frei zu werden, das Spielen von Instrumenten und das Verreisen nähren meine Seele, und die Zeit mit den Menschen, die ich liebe, ist Balsam fürs Herz.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Gesundheit, Dankbarkeit, Liebe und Respekt sind für mich keine Selbstverständlichkeiten, sondern tägliche und bewusste Entscheidungen. Das Leben ist zu kurz und zu wertvoll, um es mit Negativität zu füllen.

Was motiviert Dich?

Das Wissen, was ich noch alles mit harter Arbeit, Ehrgeiz und Hingabe erreichen kann, sowie der Wunsch, etwas Großes aufzubauen. Meine Motivation ist nicht nur der berufliche Erfolg, sondern auch die Vorstellung, dass sich all die Mühe einmal auszahlt – in Freiheit, in Stolz und in der Möglichkeit, auch für andere Türen zu öffnen.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Die FÜR SIE ist für mich der Anfang, ein Fundament für alles, was noch kommen darf, und zugleich ein Kompass. Ich darf ausprobieren, hinterfragen und dazulernen – und das in einem Umfeld, das Leistung mit Menschlichkeit verbindet und Chancen für weiteren Erfolg bietet. Das ist selten – und darum wertvoll.



Giorgio
Mangiarotti

Kreditcontrolling
Telefon: + 49 (0) 221 16041-232
giorgio.mangiarotti@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Ich bewege mich sehr viel – Fitness, Fahrrad und Joggen – oder faulenze im Wellness. Aber ein gepflegtes Glas Single Malt mit Freunden ist auch ein super Ausgleich.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Die Menschen um mich herum, am besten mit gutem Essen und gutem Wein. Ansonsten sind mir Freiheit und Unabhängigkeit immer äußerst wichtig.

Was motiviert Dich?

Strahlender Sonnenschein, laute Musik und eine Belohnung am Ende.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Mit der FÜR SIE habe ich einen Arbeitgeber gefunden, dem ich mich verbunden fühle und bei dem ich mit einem erstklassigen Team zusammenarbeiten kann.

Stephan Kremer

Stellvertretende Leitung ZR/Services
Telefon: + 49 (0) 221 16041-246
stephan.kremer@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Ausdauersport in der Natur – am liebsten Rennrad fahren.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Meine Familie und Gesundheit.

Was motiviert Dich?

Die Aufgaben, vor die ich in meinem Fachbereich, der Zentralregulierung, immer wieder gestellt werde. Hier wird die Grundlage gebildet für die weitere Zusammenarbeit mit unseren Kunden.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Ich kenne die FÜR SIE seit 38 Jahren, seit 33 Jahren arbeite ich hier. In dieser Zeit gab es einen beständigen Wandel in unserer Branche – die FÜR SIE hat es immer wieder geschafft, sich anzupassen und einen Markt für sich und ihre Kunden zu finden. Dadurch gab es viele interessante Projekte zu bearbeiten. Fast am Ende meiner beruflichen Laufbahn angekommen, blicke ich also auf eine spannende und abwechslungsreiche Zeit bei der FÜR SIE zurück.



Fabio Löttker

Zentralregulierung/Kreditcontrolling
Telefon: + 49 (0) 221 16041-252
fabio.loettker@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Mein Ausgleich zur Arbeit besteht in ausreichend Sport und darin, Zeit mit meinen Liebsten zu verbringen.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Mir ist in meinem Leben wichtig, dass alle Personen in meinem Umfeld gesund sind und ich stolz auf mich selber sein kann.

Was motiviert Dich?

Mich motiviert mein eigener Wille, jeden Tag ein bisschen besser zu werden. Stehen zu bleiben ist gleichzusetzen mit einem Rückschritt.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Die FÜR SIE bedeutet für mich: ein Ort, an dem ich so sein kann, wie ich bin, und besonders Menschen, vor denen ich mich nicht verstellen muss.





Care for people, care for planet

BlueSun ist bereits seit 2018 als ein **führender Hersteller** und erfolgreiches Vertriebsunternehmen von **Haushaltsprodukten** in Europa zu Hause. Mit einer Präsenz von 16 Marken in mehr als 40 Ländern betreibt das Unternehmen in **Spanien** zwei hochmoderne **Produktionsstätten** in Mataró und Sevilla.

Hier steht eine Gesamtfläche von über 100.000 m² zur Verfügung. Das Unternehmen konnte im Jahr 2024 ein zweistelliges Wachstum erzielen. BlueSun konzentriert sich auf die **Entwicklung innovativer Wasch- und Reinigungsprodukte**, die ein Maximum an Pflege für Mensch und Umwelt bieten.

Das **Portfolio** umfasst eigene Marken wie GAMA (Pulverwaschmittel, Flüssigwaschmittel und Kapseln), lizenzierte Marken für Fleckentferner und Waschmittel (Ariel), Toilettenreiniger und -Duftspüler (Ambi Pur und Antikal) sowie Raumdüfte (Öpso).

Diese Marken werden über alle Einzelhandelskanäle vertrieben. In der Vergangenheit konnten sowohl die Anzahl der Marken als auch der Absatz im deutschsprachigen Markt deutlich gesteigert werden.

Mit **500 Mitarbeitern** und einem **Jahresumsatz von 300 Millionen Euro** setzt BlueSun weiterhin auf Flexibilität, Nachhaltigkeit und Kundenorientierung. Wenn Sie mehr über BlueSun und unsere Produkte erfahren möchten, kontaktieren Sie bitte unsere Kundenbetreuer in der DACH-Region.

KAM Johannes Möller:
Johannes.moeller@bluesuncb.com



Care for people, care for planet



Care for people, care for planet.



www.bluesuncb.com

*Bestimmte Marken werden unter der Lizenz von The Procter & Gamble Company oder deren Tochtergesellschaften verwendet.

WE ARE FAMILY!



Thomas Pütz, Geschäftsführer

Pütz Frischdienst & Lebensmittel GmbH

*Herr Pütz, Sie sind Teil eines Familienunternehmens, das seine **Ursprünge in einem klassischen Hofladen** eines landwirtschaftlichen Betriebes hat. Seitdem sind Sortiment und Belegschaft kontinuierlich gewachsen. Und trotzdem – oder gerade deshalb – legen Sie auch weiterhin großen Wert auf partnerschaftliche Zusammenarbeit, Loyalität und die Fürsorge für Ihre Mitarbeitenden.*

Gerade in der heutigen Zeit ist Mitarbeiterpflege ein Wettbewerbsvorteil im „Kampf“ um Fachkräfte. Wie erleben Sie die derzeit herrschende, angespannte Stimmung in vielen Branchen, wenn es um das Finden und Halten von Mitarbeitenden geht?

Die Situation ist zweifellos herausfordernd. Gute Leute zu finden und langfristig zu binden, ist – auch für uns – eines der zentralen Themen. Uns ist wichtig, dass wir ein **Familienunternehmen bleiben**. Dies schätzen unsere Mitarbeiter sehr. Die Menschen sollen sich bei uns wohl, sicher und wertgeschätzt fühlen, sie sollen mit einem guten Gefühl nach vorne schauen können.

Wer kauft bei Ihnen ein? Wer sind Ihre Kunden?

Unsere Kunden kommen überwiegend aus der Gastronomie sowie aus der Gemeinschaftsverpflegung, hauptsächlich aus **Deutschland**, aber auch aus **Belgien** und den **Niederlanden**. Vom kleinen Imbiss über die gehobene Gastronomie bis zur Großküche ist alles dabei. Diese Bandbreite ist herausfordernd, aber sie sorgt auch dafür, dass wir das ganze Jahr über eine stabile und gute Auslastung haben.

Sie beliefern auch Kunden in den Niederlanden und Belgien. Im Vergleich zu Ihrer deutschen Kundschaft: Bestehen bei diesen Kunden Unterschiede in Bezug auf deren Wünsche beziehungsweise das Sortiment?

Da wir eher mit grenznahen Kunden arbeiten, ähneln sich die Bedürfnisse der Unternehmen stark: **Schnelligkeit, Service, Qualität und Frische** werden genauso erwartet wie in Deutschland. Aber natürlich hat jedes Land seine traditionellen Produkte, die wir gerne in unser Sortiment aufgenommen haben.

Ihr Lieferservice zeichnet sich durch effizientes Fulfillment aus, an sechs Tagen in der Woche. Lohnt sich diese logistische Hochleistung? Bringt Ihnen das einen Wettbewerbsvorteil?

Absolut! **Sechs Tage pro Woche** liefern zu können, stellt für viele unserer Kunden eindeutig einen **Mehrwert** dar. Es sichert deren Planung und macht uns zu einem verlässlichen Partner. Zusammen mit unserer Schnelligkeit, Flexibilität und unserem Service verschafft uns das einen echten Wettbewerbsvorteil.

Wie nehmen Sie die Umbruchphase in Deutschland wahr? Die Erwartungen an eine Erholung der Wirtschaft sind gedämpft, dementsprechend fällt auch der Optimismus vieler Unternehmen verhalten aus. Kann Pütz Frischdienst & Lebensmittel dem Stillstand trotzen?

Wir schauen grundsätzlich positiv nach vorn – ganz nach dem Motto: „Gegessen wird immer!“. Hierbei hilft uns unsere **breit aufgestellte Kundenstruktur**: Wenn der eine Bereich mal schwächelt, läuft der andere umso besser. Unser Ziel ist es, in allen Bereichen gesund weiterzuwachsen.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten wählen viele Menschen günstigere Alternativen – etwa Imbisse statt gehobener Gastronomie oder Tagesausflüge statt Hotelurlaub. Wer breit aufgestellt ist, kann solche **Verschiebungen gut ausgleichen** und bleibt stabil.

Welche Ihrer Geschäftsbereiche werden Sie in den nächsten Jahren weiter ausbauen können? Gibt es Potenziale, die Sie heben möchten?

Wir wollen in allen Bereichen weiter auf Wachstum setzen. Vor allem in der **Digitalisierung** haben wir Nachholbedarf. Unsere **neue Bestell-App und der Webshop** waren wichtige Schritte. Jetzt geht es darum, den gesamten

Prozess – von der Bestellung bis zur Auslieferung – weiter zu digitalisieren, um **zukunftsfähig zu bleiben**.

Pütz Frischdienst ist ein Familienunternehmen, das seit seiner Gründung kontinuierlich gewachsen ist. Zwar betreiben Sie Ihr Kerngeschäft noch, doch einige Segmente haben sich zusätzlich entwickelt. Inwiefern stellen Sie die hinzugekommenen Aufgaben vor Herausforderungen, logistisch und organisatorisch?

An unserem ursprünglichen Standort sind wir **stetig gewachsen** und haben unser Produktportfolio kontinuierlich erweitert – mit entsprechend zunehmenden logistischen Herausforderungen wie **begrenztem Lagerplatz**. Diese meistern wir erfolgreich durch **strukturierte Prozesse** und vor allem durch das **Vertrauen** der Unternehmensführung in die Expertise unserer Mitarbeitenden. Gemeinsam werden praxisnahe Lösungen entwickelt, die reibungslose Abläufe ermöglichen – ein Ergebnis echter **Zusammenarbeit** und gelebter Wertschätzung.

Sprechen wir über Ihre Zusammenarbeit mit der FÜR SIE. Wie empfinden Sie diese? Was sind Ihre Erwartungen an uns? Was wünschen Sie sich an Dienstleistungen oder Angeboten, die wir noch erbringen sollten?

Die Zusammenarbeit läuft richtig gut. Sowohl mit den Verantwortlichen der FÜR SIE als auch mit den anderen Mitgliedern ist es ein **Miteinander auf Augenhöhe**. Man hat immer einen Ansprechpartner, und es wird stets geholfen und nach Lösungen gesucht. Auch der Austausch mit den anderen Mitgliedern ist super – egal, ob ein Betrieb kleiner oder deutlich größer ist als wir. Da herrscht echter **Respekt und Zusammenhalt**. Außerdem sind die Veranstaltungen der FÜR SIE grundsätzlich von hohem Mehrwert geprägt. Ob auf der **Messe** oder der **Generalver-**



WE ARE FAMILY!

Das Familienunternehmen Pütz Frischdienst & Lebensmittel GmbH beliefert seit 1992 seine Kundschaft in einem 100-Kilometer-Radius rund um Aachen. Daneben finden die Kunden im klassischen C&C-Abholmarkt am Standort in Würselen ein ausgewogenes Frische-Sortiment mit Fleisch, Gemüse, Obst und Molkerei- und Kartoffelprodukten vor. Zusätzlich dazu sind auch alle anderen Lebensmittelsegmente im Portfolio vertreten, wie Tiefkühlprodukte und Getränke. Derzeit sind 29 Personen im Unternehmen beschäftigt.

sammlung: Man hat überall das Gefühl, seine Zeit wertvoll und gewinnbringend eingesetzt zu haben. Für die Zukunft wünschen wir uns weiterhin exzellente Konditionen und auch kreative Ideen, wie wir gemeinsam den Markt weiterentwickeln können.

Die Zusammenarbeit mit Familienangehörigen gestaltet sich mitunter etwas schwierig. Wie läuft das bei Ihnen? Reden Sie im privaten Rahmen auch viel über die Firma oder schaffen Sie zu Hause den Switch?

Natürlich gibt es unterschiedliche Meinungen, das ist auch gut so. Nur so kann man sich weiterentwickeln. Wichtig ist, dass wir uns **gegenseitig vertrauen und offen kommunizieren**. Außerdem haben alle ihren **eigenen Aufgabenbereich** und ihre Verantwortlichkeiten.

Zu Hause versuchen wir, die Firma auch mal außen vor zu lassen. Aber ganz ehrlich: Es klappt nicht immer – und das ist auch völlig okay.



DAS FEURIGE GEWINNSPIEL

Grillmeister gesucht

Kamado
Keramikgrill +
Zubehör gewinnen
– von Krombacher!
Jetzt mit-
machen!

SO GEHT'S

Rätseln Sie mit und gewinnen Sie mit etwas Glück einen Kugelgrill von Krombacher für Ihre nächste Hausparty!*

Beantworten Sie dafür die Rätselfragen und setzen Sie das Lösungswort zusammen.

Senden Sie eine E-Mail mit dem Lösungswort, Ihrem Namen und Ihrer Anschrift an:
ganznah@fuer-sie-eg.de
Einsende-Stichwort: „Gewinnspiel“
Einsendeschluss:
15.08.2025

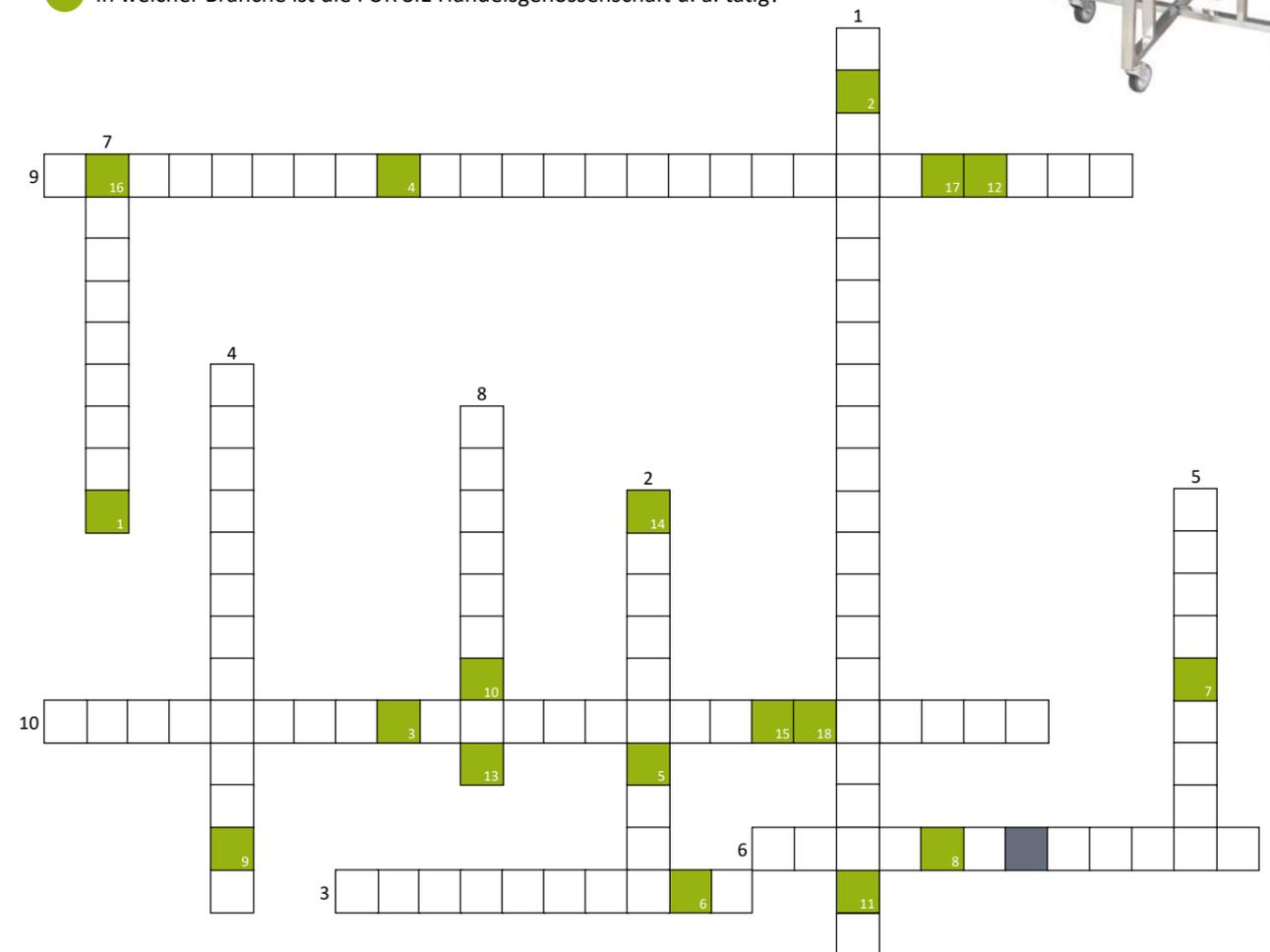
*Ausgenommen von der Teilnahme sind Mitarbeitende des Unternehmens Krombacher Brauerei Bernhard Schadeberg GmbH & Co. KG.

Krombacher

Verpassen Sie nicht Ihre Chance – Teilnahme nur bis 15. August 2025

Die Verlosung unter mehreren Einsendungen mit richtiger Lösung erfolgt bis zum 29.08.2025

- 1 Wo finde ich alle Dienstleistungen der FÜR SIE übersichtlich aufgelistet?
- 2 Wie nennt man die visuelle Gestaltung eines Druckerzeugnisses oder virtuellen Mediums?
- 3 Wo ist der neue Logistik-Standort der COIFFEUR-Eigenmarke RONDO?
- 4 Was ist ein Vorteil von Eigenmarken?
- 5 Wer führte das Digitale Kundenforum (Nachname)?
- 6 Wie hieß das Hotel der diesjährigen Generalversammlung in Zürich?
- 7 Wie heißt der Social-Media-Kanal, auf dem Unternehmen vertreten sein sollten?
- 8 Wo befindet sich der Sitz des Unternehmens Pütz Frischdienst GmbH?
- 9 Die FÜR SIE ist eine ... der REWE Group.
- 10 In welcher Branche ist die FÜR SIE Handelsgenossenschaft u. a. tätig?



Lösungswort

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18

Die Allgemeinen Teilnahmebedingungen für Gewinnspiele finden Sie auf Seite 62 dieser Ausgabe.

Allgemeine Teilnahmebedingungen für Gewinnspiele der FÜR SIE eG:

(Stand: 11.06.2025)

1. Veranstalterin

Veranstalterin ist die FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG Food-Non Food, An der Münze 12 – 18, 50668 Köln, E-Mail: info@fuer-sie-eg.de.

2. Teilnehmer

Teilnahmeberechtigt sind alle Personen ab 18 Jahren mit Wohnsitz in der Bundesrepublik Deutschland, die bei einem Unternehmen, dem die Veranstalterin das Mitgliedermagazin „GANZ NAH“ übersendet hat, als mitarbeitende Person angestellt sind.

Die Teilnahme über Gewinnspielvereine oder Teilnahme- und Eintragungsdienste, automatisierte Teilnahmen sowie die Teilnahme mit gefälschten Identitäten oder mit Identitäten von Drittpersonen o. Ä. sind nicht gestattet.

Jeder Teilnehmer darf grundsätzlich nur einmal an einem einzelnen Gewinnspiel teilnehmen, soweit nicht ausdrücklich in den individuellen Gewinnspielregeln etwas anderes angegeben ist. Die Teilnehmer sind verpflichtet, auf Aufforderung der Veranstalterin ihre Teilnahmeberechtigung an dem Gewinnspiel nachzuweisen. Die Veranstalterin ist berechtigt, Teilnehmer, die innerhalb der von der Veranstalterin gesetzten Frist ihre Teilnahmeberechtigung nicht nachweisen, von der Teilnahme am Gewinnspiel auszuschließen.

Die Teilnehmer verpflichten sich, keine rechtswidrigen Inhalte zu teilen.

3. Gewinnbedingungen

Für die Teilnahme an Gewinnspielen der Veranstalterin gelten diese Allgemeinen Teilnahmebedingungen sowie die jeweiligen Gewinnspielregeln des einzelnen betreffenden Gewinnspiels. Sachpreise können nicht in bar ausgezahlt werden und sind vom Umtausch ausgeschlossen. Alle weiteren Informationen zu Zeitraum, Gewinnen, Gewinnbenachrichtigung und dem gesamten sonstigen Ablauf des jeweiligen Gewinnspiels entnehmen Sie bitte dem Text des jeweiligen Gewinnspiels selbst. Im Falle von inhaltlichen Widersprüchen zwischen Regelungen dieser Allgemeinen Teilnahmebedingungen und Regelungen der jeweiligen Gewinnspielregeln gehen die betreffenden individuellen Gewinnspielregeln diesen Allgemeinen Teilnahmebedingungen vor. Der Erwerb von Produkten und/oder Dienstleistungen beeinträchtigt nicht die Chancen und/oder den Ausgang des Gewinnspiels.

4. Gewinnermittlung & Gewinnbenachrichtigung

Die Gewinner werden nach Beendigung des Gewinnspiels per Post oder E-Mail benachrichtigt.

Liegen der Veranstalterin zwei oder mehrere identische Kontaktdaten von Teilnehmern vor, wird sie vor Start des Zufallsgenerators die Dubletten entfernen. So soll sichergestellt werden, dass nur ein Gewinn pro Teilnehmer ausgegeben wird. Eine Gewährleistung hierfür gibt die Veranstalterin allerdings nicht.

Im Falle einer unzustellbaren Gewinnbenachrichtigung ist die Veranstalterin nicht verpflichtet, weitere Nachforschungen anzustellen; ein Anspruch auf den Gewinn besteht in diesem Falle nicht. Mit Beginn des Versendungsprozesses (spätestens bei Übergabe an die zur Versendung bestimmte Person bzw. an das zur Versendung bestimmte Unternehmen) geht die Gefahr der Verschlechterung und des zufälligen Untergangs auf den Gewinner über.

5. Abbruch/Änderung des Gewinnspiels

Die Veranstalterin behält sich das Recht vor, das Gewinnspiel im Fall unvorhergesehener Umstände jederzeit – auch ohne Einhaltung von Fristen und Angabe von Gründen – einzustellen, abbrechen, auszusetzen, zu verlängern oder sonst wie zu ändern. Die Veranstalterin ist hierzu insbesondere berechtigt, soweit es aus technischen (z. B. Computervirus, Manipulation von oder Fehler in Software/Hardware) oder rechtlichen Gründen nicht möglich ist, eine ordnungsgemäße Durchführung des Gewinnspiels zu gewährleisten, oder im Fall des versuchten Missbrauchs durch Manipulation o. Ä.

6. Ausschluss von Teilnehmern

Ein Verstoß gegen die Teilnahmebedingungen, einschließlich der Spielregeln für das betreffende Gewinnspiel, berechtigt die Veranstalterin, den jeweiligen Teilnehmer von der Teilnahme – auch von künftigen Gewinnspielen – auszuschließen. Dies gilt insbesondere, wenn ein Teilnehmer im Rahmen der Anmeldung zum Gewinnspiel falsche oder unvollständige Angaben macht oder versucht, manipulativ auf den Spielablauf oder die Voraussetzungen für den Erhalt eines Gewinns einzuwirken (z. B. durch Manipulation von Software). Handelt es sich bei dem ausgeschlossenen Teilnehmer um einen Gewinner, kann die Veranstalterin den Gewinn nachträglich aberkennen und zurückfordern. Die Veranstalterin ist berechtigt, den Teilnehmer bei Verdacht eines Ausschlussgrundes zur schriftlichen Stellungnahme aufzufordern. Unterbleibt die Stellungnahme innerhalb der von der Veranstalterin gesetzten Frist, behält sich die Veranstalterin vor, den betreffenden Teilnehmer auszuschließen.

7. Keine Gewinnübermittlung

Der Anspruch auf den Gewinn verfällt ebenfalls, wenn der Teilnehmer den Gewinn nicht innerhalb von zwei Wochen ab Versendung der Gewinnbenachrichtigung durch die Veranstalterin einlöst oder die Übermittlung des Gewinns aus Gründen, die

nicht die Veranstalterin verschuldet hat, nicht erfolgen kann. In derartigen Fällen bleibt es der Veranstalterin überlassen, nach eigenem Ermessen zu entscheiden, was mit dem Gewinn erfolgt (z. B. Ermittlung eines Ersatzgewinners, Nichtvergabe des Gewinns und Verwendung für ein anderes Gewinnspiel o. Ä.).

Eine Zustellung außerhalb von Deutschland ist ausgeschlossen. Die Veranstalterin ist zudem berechtigt, die Gewinnübermittlung an eine von den bei Teilnahme gemachten Angaben abweichende Anschrift und/oder Person zu verweigern.

8. Datenschutz

Die Veranstalterin erhebt, verarbeitet und nutzt auf Grundlage von Art. 6 Abs. 1 Buchst. b) DSGVO die vom Teilnehmer anlässlich der Teilnahme am Gewinnspiel angegebenen personenbezogenen Daten (z. B. Name, Anschrift, E-Mail-Adresse) zur Durchführung des Gewinnspiels, insbesondere zum Zwecke der Benachrichtigung der Gewinner. Als betroffene Person stehen Ihnen bestimmte Datenschutzrechte zu, z. B. auf Auskunft, Berichtigung und Löschung. Ausführliche Datenschutzhinweise stellt die Veranstalterin auf ihrer Website zur Verfügung: www.fuer-sie-eg.de/datenschutz.

9. Haftungsausschluss

Jegliche Schadensersatzverpflichtung der Veranstalterin im Zusammenhang mit den jeweiligen Gewinnspielen ist, soweit rechtlich zulässig, auf Fälle von Vorsatz und/oder grober Fahrlässigkeit beschränkt. Dies gilt auch für Schäden, die im Zusammenhang mit der Inanspruchnahme oder Bereitstellung von Gewinnen entstanden sind.

Die Veranstalterin übernimmt keine Verantwortung für Datenverluste, insbesondere solche, die auf dem Wege der Datenübertragung entstanden sind, technische Defekte sowie verloren gegangene, beschädigte oder verspätete Einsendungen, die auf Netzwerk-, Hardware- oder Softwareprobleme zurückzuführen sind. Etwaige Gewährleistungsansprüche der Gewinner sind ausgeschlossen.

10. Unwirksamkeit einzelner Klauseln

Sollte eine Klausel dieser Teilnahmebedingungen unwirksam sein, gilt die entsprechende gesetzliche Regelung und die Wirksamkeit der übrigen Bedingungen bleibt hiervon unberührt.

11. Verbraucherschlichtung

Hiermit informieren wir Sie darüber, dass die Veranstalterin nicht an Streitbeilegungsverfahren einer Verbraucherschlichtungsstelle teilnimmt und dazu auch nicht verpflichtet ist.

Neu



Mini-Gnocchi mit Kürbis

Pasta-Vielfalt für den Sommer!

Für leichte Pasta-Gerichte an warmen Tagen.



Cannelloni Ricotta-Spinaci



Ravioli Formaggio



FOR PROFESSIONALS

SELEZIONE ORO CHEF

DIE EFFIZIENTE PASTA FÜR DEN HEKTISCHEN KÜCHENALLTAG



Ideal auch für Take-Away



Hohe Kochtoleranz

Gelingsicher im Kochprozess dank einer robusten Textur



Flexible Handhabung

Perfekt zum Vorkochen oder zum Kochen à la minute



Optimiert für Double-Cooking

Bis zu 48 Std. gekühlt haltbar und in 40-60 Sek. regeneriert



Ideal für Take-Away

Mindestens bis zu 30 Min. Al-dente-Qualität



Mehr zu unseren Produktlösungen auf barillafoodservice.de