

AUSGABE 09 | WINTER 2025

FÜRSIE

GANZNAH

Ein Mitgliedermagazin der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG



Bild: EKH-Pictures | www.adobestock.com

NEXT STOP

FÜR SIE Generalversammlung 2026
in Dresden

GROSS DENKEN, EIGEN MACHEN.

Neu bei uns:
FÜR SIE professional basic

GEMEINSAM GUTES TUN

Mit Teamgeist,
Plätzchen und Herz



VIEL SPASS BEIM LESEN



Liebe Leserinnen und Leser,

2025 neigt sich dem Ende entgegen. Die FÜR SIE Handelsgenossenschaft blickt auf ein weiteres **erfolgreiches Geschäftsjahr** zurück.

Gemeinsam konnten wir viel erreichen – dank Ihrer **Unterstützung**, der vertrauensvollen **Zusammenarbeit** mit unseren Lieferanten und Dienstleistern und natürlich des **Engagements** unserer Kolleginnen und Kollegen.

In dieser Ausgabe unseres Magazins lassen wir wichtige Ereignisse Revue passieren und geben Einblicke in aktuelle Entwicklungen. Wir teilen mit Ihnen die Themen, die uns in den letzten Monaten bewegt haben und weiter bewegen.

Freuen Sie sich auf spannende Berichte, interessante Interviews und einen Ausblick auf das, was vor uns liegt!

Herzliche Grüße

Dr. Martin Küssner und
Niklas Müller



AKTUELL FÜR SIE

29

Neues Jahr, neue Pflichten
Das ändert sich 2026

Zutaten für morgen – schon heute probiert
Fachmessen und Events 2026

Food-Trends 2026
Schnell. Smart. Nachhaltig.

Wir reden nicht grün. Wir handeln.
Verantwortung übernehmen.
Zukunft gestalten.
Gemeinsam genossenschaftlich anpacken.



41

PERSÖNLICH FÜR SIE

Ihr Partner für Beauty, Home & mehr.
OSMA Werm GmbH

Gemeinsam Gutes tun
Mit Teamgeist, Plätzchen und Herz

Einkaufen wie ein Profi
Schnell, smart und zu Top-Konditionen

Wer bringt die Bits & Bytes auf den Tisch?
Die Menschen hinter Kundenportal und Co.

Lieferantenporträt
Develey Food Service – Nachhaltigkeit mit Substanz

Weihnachtsgruß des Vorstandes
Frohe Weihnachten!

Sieht ja aus wie Trüffel!
Fruchtiger Weihnachtsgenuss mit Sommer-Vibes

Der prickelnde Sommer-Check-In
Sommer. Sonne. Gerolsteiner.

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 Strozky (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

Branding, das Appetit macht.
Wissen, das satt macht.
FÜR SIE Werbemittel-Webshop und FÜR SIE Campus

Butter bei die Zahlen
Zart, süß und mit Biss – so fein wie Weihnachtsgebäck!

FÜR SIE Messe 2026
Entdecken. Austauschen. Schlemmen.

Gut informiert. Gut vernetzt.
FÜR SIE Expertenkreis – Fazit

Next Stop
FÜR SIE Generalversammlung 2026 in Dresden

Groß denken, eigen machen.
Neu bei uns: *FÜR SIE professional basic*



HIGHLIGHTS

FÜR SIE

07



BRANDING, DAS APPETIT MACHT. WISSEN, DAS SATT MACHT.

Ab
Januar 2026
geöffnet!

Einmaliges
Startangebot:
sechsmonatige Pilot-
phase für 200 Lizenzen
gratis als Einstiegsan-
gebot!

Ab Januar verfügbar:
Der FÜR SIE Werbemittel-Webshop

Mit wenigen Klicks gelangen Sie über
das **FÜR SIE Kundenportal** zu Ihrem **in-
dividualisierten Werbemittel**.

Unser **neuer Webshop** macht die Be-
stellung von Werbemitteln so einfach
wie nie: Sie gelangen direkt zu einer
Auswahl **sorgfältig** vorausgewählter
Produkte, die Sie passgenau auf Ihr
Marketing ausrichten können. Ob Ku-
gelschreiber, Flyer oder Textilien: Alle
Artikel lassen sich bequem mit Ihrem
eigenen Logo **individualisieren**. Und
das Beste: Sie profitieren von **attrak-
tiven Preisen** und einer **benutzer-
freundlichen Bestellabwicklung**. Jetzt
ausprobieren und modern werben!

FÜR SIE Werbemittel-Webshop und
FÜR SIE Campus

Der FÜR SIE Campus –
weil Weiterbildung wichtig ist

Wachsende Anforderungen an Ihre
Mitarbeitenden sowie Ihr Unterneh-
men machen ein flexibles Weiter-
bildungsangebot notwendig. Doch
Präsenzschulungen sind nicht das Non-
plusultra, denn sie sind kosten- und
zeitintensiv. Es geht auch besser: Seit
2018 bietet unsere **interaktive Lern-
plattform** maßgeschneiderte Kurse
an, zunächst speziell für die **Getränke-
branche**.

Die Inhalte sind zielgruppenspezifisch
aufbereitet und jederzeit flexibel ab-
rufbar – komplett **ohne Zeitdruck**. Ler-
nende erfreuen sich an der intuitiven
Bedienung und genießen die Möglich-
keit, die Plattform auf allen Endgerä-
ten wie PC, Tablet oder Smartphone zu
nutzen.

Ob gesetzlich vorgeschriebene Sicher-
heitsunterweisungen, Warenkunde
oder Verkaufs-Skills: Wir führen alle
Themen im Portfolio – schnell zugäng-
lich und unterhaltsam aufbereitet. So
macht Lernen Spaß!

Neben **standardisierten Kursen** lassen
sich ebenfalls **individuelle Schulungs-
inhalte** buchen – so können Sie gezielt
Angebote auswählen entsprechend
Ihrer Anforderungen. Die integrierte
Lernerfolgskontrolle sorgt dabei für
messbare Ergebnisse. Durch besser ge-
schultes Personal verbessert sich nicht
nur die Servicequalität, auch die Kun-
denbindung wird wirksam gestärkt.

Während der etwa **sechsmonatigen
Pilotphase** entstehen für Sie **keiner-
lei Kosten**. Die Teilnahme erfordert
lediglich eine Einverständniserklärung
zum Datenschutz. Nach Abschluss der
Pilotphase erhalten Sie die Lizenzen zu
attraktiven Konditionen – ein geringer
Aufwand für einen nachhaltigen Kom-
petenzaufbau im Unternehmen und
im Preisvergleich unschlagbar.

**Sie möchten nähere Informationen zu
Werbemitteln und zum FÜR SIE Cam-
pus? Kontaktieren Sie gleich Ihre An-
sprechperson im Außendienst!**

BUTTER BEI DIE ZAHLEN

Zart, süß und mit Biss –
so fein wie
Weihnachtsgebäck!

Umsatzwachstum

Das Umsatzwachstum des
FÜR SIE-Konzerns konnte per 30.09.2025
gegenüber dem Vorjahr um 1 %
gesteigert werden.

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

Mitglieder

248 Mitglieder zählt die FÜR SIE eG,
darunter 10 Neueintritte
im Jahr 2025

Konzernjahres- überschuss

Der Konzernjahresüberschuss 2024
nach Steuern lag bei 1,5 Mio. €.

Gesamtumsatz in Mrd. €

FÜR SIE Zentralregulierung
inklusive LHV und GVG

3,09
2023

3,12
2024

3,15
2025



FÜR SIE MESSE

Entdecken.
Austauschen.
Schlemmen.

”

Unsere Messe ist mehr
als ein Branchentreffen:
Sie ist Ausdruck
unseres genossenschaftlichen
Miteinanders. Wir schaffen Raum
für Begegnungen, für Inspiration
und für gemeinsame Zukunftsperspektiven.

Dr. Martin Küssner, Vorstandssprecher
der FÜR SIE eG



SAVE THE DATE

FÜR SIE Messe:
10. September 2026
von 09:00 bis 17:00 Uhr
Koelnmesse, Halle 2.1

Abendveranstaltung
Rheinterrassen, Rheinpark-
weg 1, 50679 Köln

Impulse – Begegnungen – Inspiration. Gemeinsam in die Zukunft des Handels.

Am **10. September 2026** öffnet die Koelnmesse wieder ihre Tore für ein besonderes Highlight im Kalender: die **FÜR SIE Messe 2026**. Die FÜR SIE empfängt an diesem Tag ihre Mitglieder, Partner und Lieferanten zu einem inspirierenden Austausch voller Innovation, Gemeinschaft und Leckereien – wie gewohnt in der **Halle 2.1 der Koelnmesse**.

Ein Auftakt im Zeichen der Gemeinschaft

Bereits am **Vortag**, dem 9. September 2026, starten wir mit zwei besonderen Veranstaltungen in das Messeerlebnis: mit der jährlichen **GVG-Jahrestagung** sowie dem **FÜR SIE Expertenkreis**.

Hier stehen Themen im Mittelpunkt, die den genossenschaftlichen Förderauftrag lebendig machen, so etwa Impulse zu Marktentwicklungen und Herausforderungen im Großverbraucherumfeld. Die Anliegen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und gemeinsames wirtschaftliches Handeln werden ebenso behandelt.

Diese beiden Veranstaltungen bilden den inhaltlichen Auftakt zur Messe und unterstreichen, wofür die FÜR SIE steht: **gegenseitige Unterstützung, Wissensaustausch und gemeinsames Wachstum** – im Sinne einer starken Genossenschaft.

Handel erleben – Vielfalt entdecken

Am Messetag selbst präsentieren zahlreiche Lieferanten ihre Neuheiten aus den Bereichen Frische, Trockensortiment, Drogerie, Getränke, Investitionsgüter und Non-Food.

Besucherinnen und Besucher können die neuesten Produkte direkt erleben, testen und miteinander vergleichen. Zusätzlich profitieren sie von attraktiven **Messekonditionen**.

Die Messe ist damit nicht nur Schaufenster der Branche, sondern Ausdruck des genossenschaftlichen Gedankens: zusammen Mehrwerte schaffen durch Austausch, Nähe und vertrauensvolle Partnerschaft.

Bühne frei für aktuelle Themen

Das **Bühnenprogramm** 2026 greift aktuelle und zukunftsweisende Branchenthemen auf. Die Gäste erwarten spannende Fachvorträge, Keynotes und Diskussionen.

Das Messemagazin 2026 mit wissenswerten Informationen zu allen Ausstellern, Programmpunkten, Hotelkontingenten und Serviceangeboten begleitet die Besucherinnen und Besucher hilfreich durch den Tag.

Kurze Wege – starke Verbindung

Für alle Teilnehmenden reservieren wir **Hotelkontingente** in direkter Nähe zur Messe. So sind die Wege kurz und der Fokus bleibt auf das Wesentliche gerichtet: auf die Begegnungen, Gespräche und die vielen inspirierenden Eindrücke des Messetages.

Abendstimmung mit Rheinblick

Nach einem Tag voller Begegnungen und Eindrücke klingt die Messe in diesem Jahr in den nahegelegenen **Kölner Rheinterrassen** aus. Das stilvolle Ambiente, der Blick auf den Rhein und die spezielle Atmosphäre machen den Abend zu einem echten Höhepunkt. Untermalt von einem der schönsten Ausblicke auf die Kölner Skyline, wird hier bei gutem Essen, Musik und anregenden Gesprächen das gefeiert, was die FÜR SIE ausmacht: **Gemeinschaft, Vertrauen und Nähe**.

Weitere
Informationen
zu Hotels,
Anmeldung
etc. folgen!

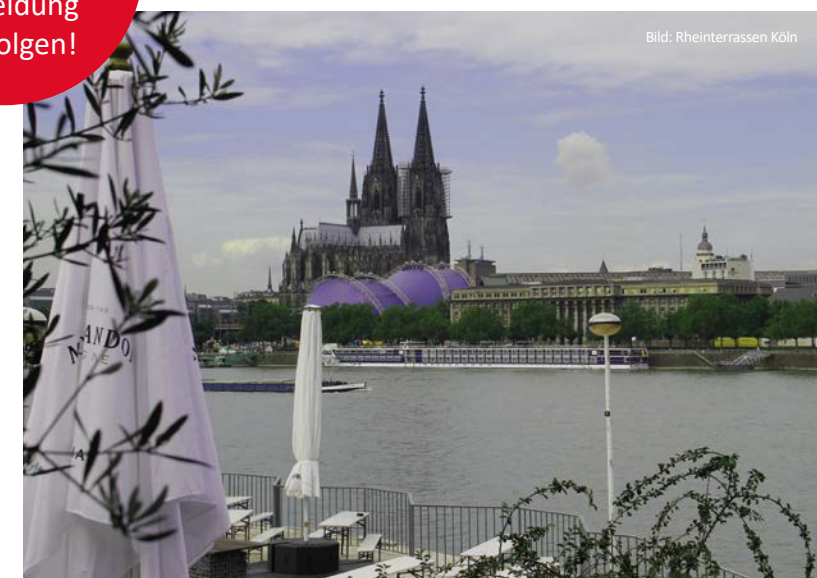


Bild: Rheinterrassen Köln

Der Workshop hat in Frankfurt am Main stattgefunden – einem Ort, an dem sich Arbeit, Austausch und Genuss perfekt verbinden lassen.

GUT INFORMIERT. GUT VERNETZT.

FÜR SIE Expertenkreis – Fazit

Am 17. und 18. September 2025 fand im THE SQAIRE am Flughafen Frankfurt der **FÜR SIE Expertenkreis** statt – ein **neues Veranstaltungsformat**, das auf den erfolgreichen ERFA-Tagungen und Kundenforen der vergangenen Jahre aufbaut.

Das Ziel dieses Expertenkreises: Wir möchten ausgewählte Kundinnen und Kunden sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Vorstand, Einkauf und Vertrieb in einem inspirierenden Rahmen **zusammenbringen**, um aktuelle Themen zu diskutieren, Wissen zu teilen und die **Zusammenarbeit** innerhalb der Genossenschaft weiter zu **stärken**.

Ein gelungener Auftakt in Frankfurt

Den Auftakt bildete am Abend des 17. September ein herzliches **Get-together** im Hilton Hotel im THE SQAIRE. Die zentrale Lage am Flughafen Frankfurt ermöglichte allen Teilnehmenden eine angenehme und zügige Anreise.

Bei einem gemeinsamen **Abendessen** in entspannter Atmosphäre wurde lebhaft **diskutiert, gelacht und genotet**.

Impulse, Austausch und gelebte Gemeinschaft

Der **zweite Veranstaltungstag** stand ganz im Zeichen des inhaltlichen Austauschs. Die offizielle Begrüßung übernahm Dr. Martin Küssner, Vorstandssprecher der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG. Anschließend gab Vorstand Niklas Müller, verantwortlich für den Einkauf, einen Einblick in aktu-

Austausch auf Augenhöhe, Impulse für die Zukunft



elle Entwicklungen innerhalb der Genossenschaft und stimmte das Plenum auf die Grundideen der nachfolgenden Workshops ein.

Ein **zentraler Programmpunkt** war die Vorstellung des neuen TEK-Kreis-Konzepts – inspiriert vom erfolgreichen Modell der REWE-Gruppe. TEK steht für „**Themenexperten Kaufleute**“. Durch die aktive Einbindung engagierter Kaufleute in themenspezifische Arbeitskreise wird das gegenseitige Verständnis weiter vertieft. Diese Expertenrunde soll die fachliche Expertise unserer **Mitgliedsunternehmen** künftig noch stärker in die Arbeit der FÜR SIE integrieren. Praxisnahe Lösungen werden damit greifbarer – und die gesamte Genossenschaft profitiert direkt vom **Know-how ihrer Mitglieder**.

Vier Themenkreise – ein gemeinsames Ziel

Im Anschluss starteten die Teilnehmenden in die erste Arbeitsphase der neuen TEK-Kreise. In **vier Gruppen** wurden zentrale Themenfelder der Genossenschaft intensiv beleuchtet.

1) Verhandlungen:

Entwicklung gemeinsamer Strategien, um in Gesprächen mit Industriepartnern noch bessere Ergebnisse für die gesamte FÜR SIE-Gruppe zu erzielen

2) Eigenmarken:

Begleitung der Einführung der neuen FÜR SIE Eigenmarke sowie Abstimmung über Sortimente, die künftig stärker gebündelt werden sollen, etwa über Zentralaufträge oder Kontrakte



40 Köpfe,
viele Perspektiven,
kreative Ideen!

3) Aktionsgeschäft GV-Artikel:

Erstellung eines Jahresvermarktungsplans mit Fokus auf Großverbraucher-Sortimente und bedarfsgerechte Aktionsplanung

4) Aktionsgeschäft EH-Artikel:

Entwicklung eines entsprechenden Vermarktungskonzepts für Einzelhandels-Sortimente, um Synergien und Planungssicherheit zu fördern

In allen Gruppen wurde engagiert diskutiert, praxisorientiert gearbeitet und offen gedacht. **Best Practices** wurden geteilt, **neue Perspektiven** eröffnet und erste **konkrete Handlungsideen** erarbeitet. Die Ergebnisse präsentieren die Gruppen daraufhin im Plenum – lebendig, konstruktiv und mit spürbarem Teamgeist.

Ein starkes Signal für gelebte Kooperation

Die **Resonanz** auf den ersten FÜR SIE Expertenkreis war durchweg **positiv**. Die hohe fachliche Qualität der Diskussionen, die Offenheit der Teilnehmenden und die konstruktive Atmosphäre zeigten **beeindruckend** auf, wie **gewinnbringend** dieser Austausch ist – und welches **Potenzial** in gemeinsamer Weiterentwicklung steckt.

„Die TEK-Kreise sind ein wichtiger Schritt, um die genossenschaftliche Idee neu zu denken und zugleich näher an der Praxis unserer Mitglieder zu bleiben“, so Niklas Müller.

Auch Dr. Martin Küssner betonte: „Unsere Stärke liegt in der Vielfalt unserer Partner und dem Dialog auf Augenhöhe – genau das hat dieser Expertenkreis eindrucksvoll gezeigt.“

Fortsetzung folgt – gemeinsam gestalten

Mit dem Expertenkreis hat die FÜR SIE ein zukunftsweisendes Format etabliert, das künftig regelmäßig fortgesetzt und weiterentwickelt wird.

Unser Dank gilt allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern für ihre wertvollen Beiträge, ihren Einsatz und die inspirierenden Gespräche.

Wir freuen uns bereits auf die nächsten TEK-Kreise – und laden alle Mitgliedsunternehmen herzlich ein, sich aktiv einzubringen! Denn **Zukunft entsteht** dort, wo man **miteinander spricht** – und gemeinsam **handelt**.

- Anzeige -

FLORA PROFESSIONAL

JETZT NEU IN 10g

BUTTER KANNSTE STREICHEN

Flora Butteralternative probieren

EINE MARKE DER FLORA Food Group

- Anzeige -

STREETFOOD INSPIRIERT. BESSER FRITTIERT.

DER NEUE ALLESKÖNNER:
RISSO® CHEF ESSENTIAL
15L KANISTER

- Sehr hohe Hitze- und Oxidationsstabilität (durch High-Oleic-Sonnenblumenöl)
- Hohe Sicherheit durch integrierten Schaumverhüter
- Besonders langlebig und leistungsfähig – spart Zeit & Kosten
- Vegan & palmfrei
- Ohne Eigengeschmack

NEU

RISSO

NEXT STOP

FÜR SIE Generalversammlung 2026 in Dresden



Das Elbflorenz empfängt die FÜR SIE – Geschichte erleben, Genuss teilen, Zukunft gestalten

Vom **18. bis 20. Juni 2026** lädt die FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG alle Mitglieder zur 63. Generalversammlung ein – dieses Mal in eine Stadt, die sinnbildlich für Wandel, Schönheit und kulturelle Strahlkraft steht: **Dresden**.

Nach der internationalen Atmosphäre Zürichs im vergangenen Jahr heißt es diesmal: Willkommen in **Sachsens Barockmetropole**! Zwischen Elbe und Frauenkirche, historischem Glanz und lebendiger Moderne erwartet uns ein Veranstaltungsort, der Geschichte atmet: das **Hotel Taschenbergpalais Kempinski Dresden**.



Bild: Hotel Taschenbergpalais Kempinski



Bild: Hotel Taschenbergpalais Kempinski



Bild: Hotel Taschenbergpalais Kempinski

*Elbflorenz –
barocke Schönheit an der Elbe*

Seit dem 19. Jahrhundert trägt Dresden den liebevollen Beinamen „Elbflorenz“ – eine Hommage an seine reiche Kunst- und Architekturlandschaft, die Besucher an die toskanische Metropole Florenz erinnert. Majestätische Gewölbe, filigrane Fassaden und goldene Kuppelspitzen verleihen der Stadt eine unverwechselbare Silhouette. Hier verschmelzen barocker Glanz und mediterranes Lebensgefühl zu einem einmaligen Flair.

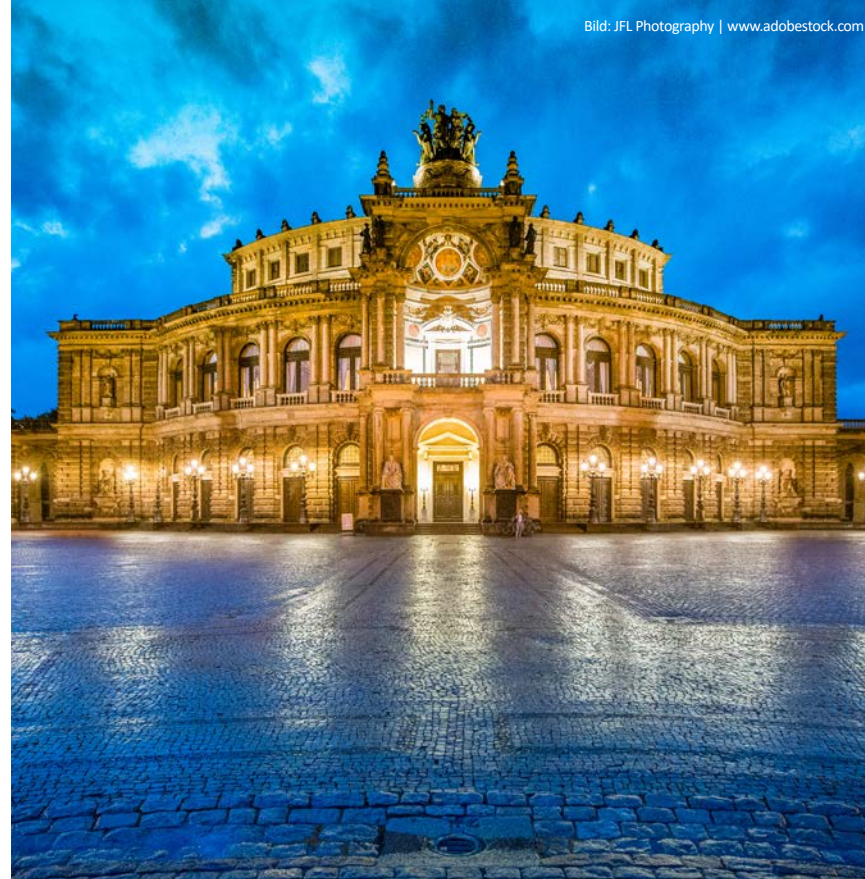
Nu, hallo!

Ein Ort, der Vergangenheit und Gegenwart vereint

Kaum eine Stadt in Europa verkörpert Geschichte so eindrucksvoll wie Dresden.

Einst Residenzstadt der sächsischen Kurfürsten und Könige, prägten Herrscher wie August der Starke die Stadt nachhaltig. Unter seiner Regentschaft entstanden Meisterwerke des Barocks – prachtvolle Bauwerke, die das würdevolle Ambiente ausmachen.

Nach der nahezu vollständigen **Zerstörung im Zweiten Weltkrieg** galt Dresden lange als „Stadt der Ruinen“. Doch mit Mut, Handwerkskunst und Herzblut hat sie sich zurück ins Licht gearbeitet. Mit weltberühmten Sehenswürdigkeiten wie der Frauenkirche, dem Zwinger, dem Residenzschloss und der Semperoper erstrahlt sie heute in altem – und zugleich neuem – Glanz.



Sight-seeing-Tipp

„Der schönste Milchladen der Welt“ – ein Fliesenjuwel

Die Pfunds Molkerei in der Dresdner Neustadt gilt als „der schönste Milchladen der Welt“ – und das ganz offiziell, denn sie ist im Guinness-Buch der Rekorde verzeichnet. Wände, Decken wie auch Theken sind über und über mit handbemalten Fliesen von Villeroy & Boch geschmückt. Zwischen Buttermilch und Käse fühlt man sich hier wie in einem Kunstmuseum – ein Stück Dresdner Handwerks- und Genusskultur zum Staunen.

Auch kulturell zeigt sich Dresden von seiner glänzenden Seite: In kaum einer anderen Stadt liegen **Kunst und Geschichte** so nah beieinander. Ob man durch die prachtvollen Galerien des Zwingers schlendert oder im Grünen Gewölbe funkelnde Kostbarkeiten bewundert: Dresden versteht es, Geist und Sinne gleichermaßen zu berühren.

Barocke Pracht mit modernem Herz: das Taschenbergpalais

Der zentrale Veranstaltungsort unserer Generalversammlung ist das traditionsreiche **Hotel Taschenbergpalais Kempinski** – ein architektonisches Juwel mitten im Herzen Dresdens, direkt gegenüber dem Zwinger und der Semperoper gelegen.

Ursprünglich wurde das Palais 1705 als Liebesgeschenk Augusts des Starken an die Gräfin Cosel erbaut. Im Zweiten Weltkrieg **zerstört**, fand erst nach der Wende der detailgetreue **Wiederaufbau** statt. Nach aufwendigen Restaurierungen wurde das Palais 1995 als **Luxushotel** wiedereröffnet und gilt seither als eine der führenden Adressen Deutschlands. Erst im Jahr 2024 erfuhr das Haus eine **aufwendige Renovierung**, mitsamt zeitgemäßen Modernisierungsmaßnahmen und Designanpassungen, um allen Aspekten eines modernen Luxushotels gerecht zu werden.

Das Taschenbergpalais ist ein Ort mit Geschichte – und mit Stil: Wo einst schon der legendäre Feingeist August der Starke residierte, treffen heute neuzeitlicher Komfort und sächsische Gastfreundschaft aufeinander.

Für unsere Generalversammlung bietet das Haus hervorragende Bedingungen sowie viel Raum für Begegnung und Austausch.



Insider-Wissen

Yenidze – die Dresdner Moschee, die keine ist

Wer Dresden aus der Ferne betrachtet, entdeckt plötzlich ein orientalisch anmutendes Bauwerk mit Kuppel und Minaretten. Doch die Yenidze war nie ein Gotteshaus – sondern eine Zigarettenfabrik! Heute beherbergt sie Büros, und ein beliebtes Restaurant mit Panoramablick über die Stadt sowie ein Theater. Das Gebäude steht sinnbildhaft für Dresdens Sinn für Stil, Exotik und Überraschung.

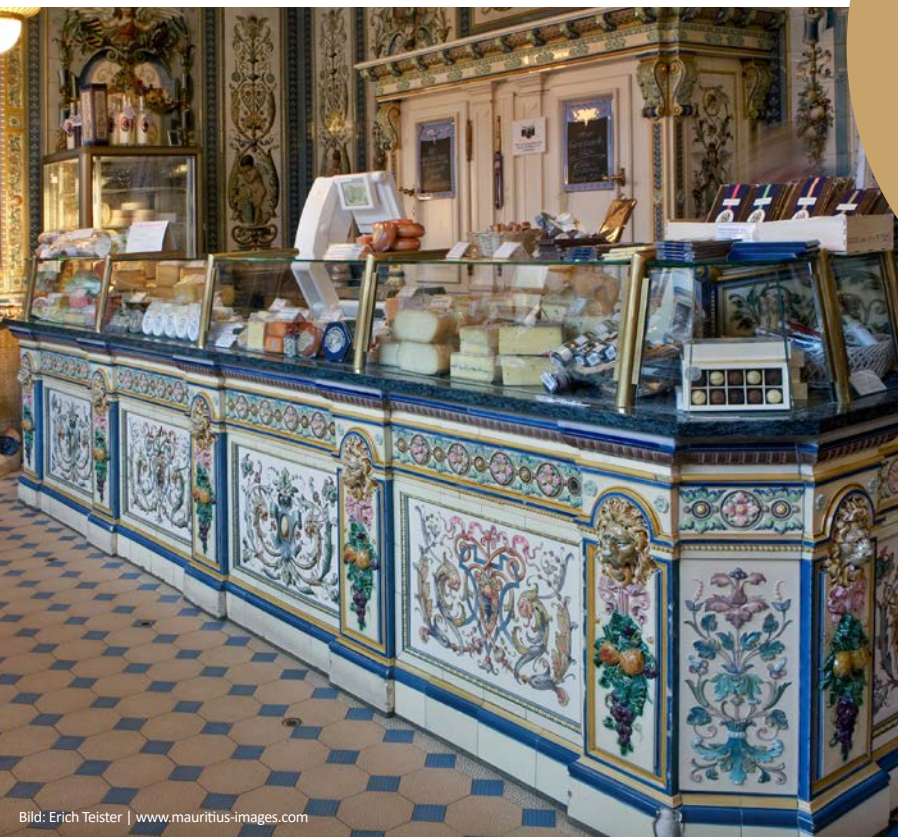




Bild: KI generiert

Genussmomente à la Sachsen

In Dresden wird Gastfreundschaft gelebt – und geschmeckt. Die sächsische Küche ist bodenständig, herzlich und unverwechselbar.

Sächsischer Sauerbraten: Tradition mit Charakter

In der sächsischen Küche spielt Zeit eine große Rolle – vor allem beim Sauerbraten. **Mehrere Tage** lang wird das Fleisch in einer **würzigen Marinade** aus Essig, Rotwein und Gewürzen eingelegt, bevor es langsam **geschmort** wird. Das Ergebnis: ein **butterzartes** Gericht mit unverwechselbar süß-saurer Note, das mit Rotkohl und handgedrehten Klößen serviert wird.

Dresdner Eierschecke: dreischichtiger Kuchentraum

Diese Spezialität ist so typisch für Dresden wie die Frauenkirche. Ein feiner **Hefeboden**, eine **cremige Quarkschicht** und eine **luftige Vanillepudding-Decke** verschmelzen zu einer süßen Versuchung, die in keinem Café der Stadt fehlt – perfekt zu einem Tässchen sächsischem Kaffee.

Christstollen – der Stolz der Stadt

Der Dresdner Stollen ist weit mehr als bloßes Weihnachtsgebäck – er ist ein Stück **Kulturerbe**. Seit dem 15. Jahrhundert wird das **buttrig-fruchtige Hefengebäck** nach überliefertem Rezept gebacken. Jedes Jahr im Dezember feiert Dresden sogar ein eigenes **Stollenfest**, bei dem ein Riesenstollen feierlich angeschnitten wird.

Wein und Genuss im Elbtal

Zwischen Dresden und Meißen gedeihen Reben auf sonnenverwöhnten Terrassen. Es ist das **kleinste Weinanbaugebiet Deutschlands**, aber eines der feinsten. Besonders bekannt sind der **frische Goldriesling**, der **duftige Traminer** und der elegante **Spätburgunder**.

Dresden
probieren!

Eierschecke in der Schinkelwache

Direkt gegenüber der Semperoper liegt die charmante Schinkelwache, ein Klassiker unter den Dresdner Cafés. Hier trifft man sich auf eine echte Dresdner Eierschecke und genießt dabei einen malerischen Ausblick auf Theaterplatz und Zwinger.



Bild: Firn | www.shutterstock.com



Bild: mije shots | www.adobestock.com

Nicht
so touristisch,
dennoch sehens-
wert

Ein Abstecher in die Kunsthofpassage

Inmitten der Neustadt ist ein verwundenes Ensemble aus fünf Innenhöfen angesiedelt, die von Künstlern fantasievoll gestaltet wurden. Besonders beliebt ist der Hof der Elemente, dessen Fassaden bei Regen zu musizieren beginnen. Boutiquen, Ateliers und kleine Cafés laden zum Stöbern und Verweilen ein.

6 Dresdner Besonderheiten, die Sie nicht verpassen sollten

Der Zwinger – barocker Prunk und Ort der weltberühmten Gemäldegalerie Alte Meister

Einst als Orangerie und Festarchitektur errichtet, ist der Dresdner Zwinger heute eines der bekanntesten Barockbauwerke Europas. In seiner Gemäldegalerie Alte Meister hängen **Kunstwerke** von Weltrang, darunter **Raffaels „Sixtinische Madonna“**.

Die Frauenkirche – Symbol des Friedens

Die imposante Kuppel der Frauenkirche prägt die **Stadtsilhouette**. Ihr Wiederaufbau nach 60 Jahren war nicht nur ein architektonisches, sondern auch ein emotionales Großprojekt. Sie gilt heute als ein **Zeichen der Versöhnung und des Neuanfangs**.

Die Semperoper – ein Meisterwerk der Architektur und Heimat großer Opernkunst

Hier wird Kunst zum Erlebnis: Die **Akustik** der Semperoper zählt zu den **besten der Welt**. Das neobarocke Innere verzaubert mit Gold, Marmor und rotem Samt.

Das Grüne Gewölbe – Europas Schatzkammer der Superlative

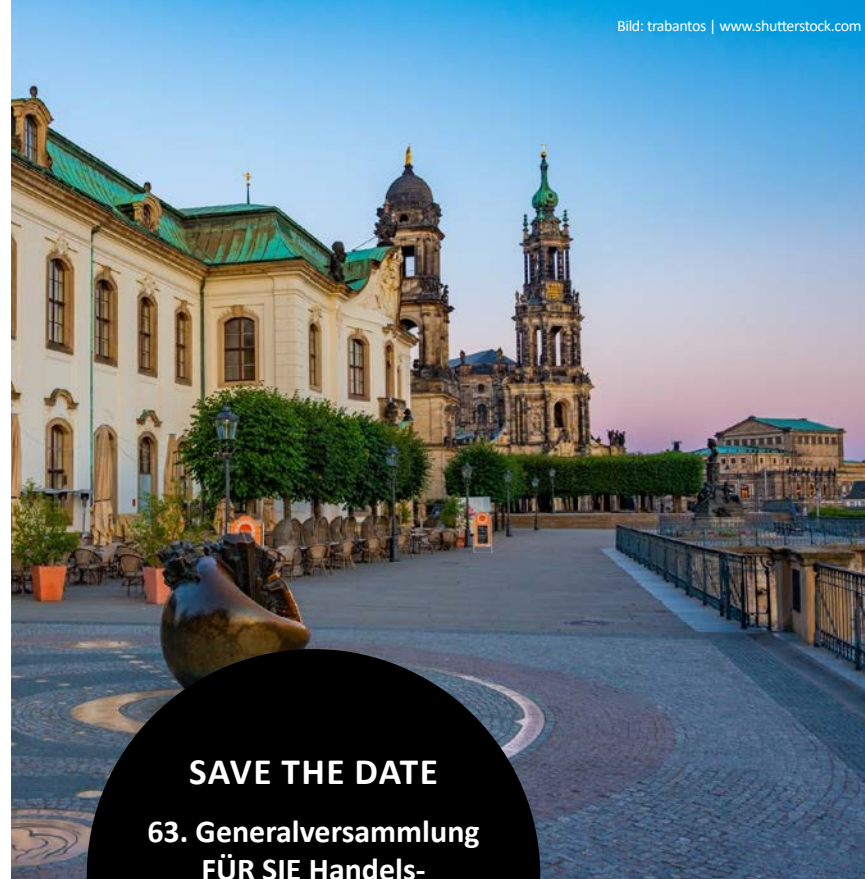
Im Residenzschloss befindet sich eine der bedeutendsten Schatzsammlungen Europas: das Grüne Gewölbe. Hier **glitzern Diamanten, Gold und kunstvolle Preziosen** als Zeugnisse des barocken Luxus.

Die Brühlsche Terrasse – Dresdens „Balkon“ mit Blick über die Elbe und die Altstadt

Ein Spaziergang auf der Brühlschen Terrasse eröffnet einen **atemberaubenden Ausblick** über die Elbe, auf die Augustusbrücke und die eindrucksvolle Altstadt – äußerst schön im Abendlicht.

Die Dresdner Neustadt – jung, kreativ und voller kulinarischer Überraschungen

Auf der anderen Elbseite pulsiert das städtische Leben: Boutiquen, Galerien, kleine Manufakturen und gemütliche Cafés prägen die Szene. Hier zeigt Dresden seine **moderne, lebendige Seite** – empfehlenswert für einen entspannten Ausklang nach einem Tag voller vielfältiger Eindrücke.



SAVE THE DATE

**63. Generalversammlung
FÜR SIE Handels-
genossenschaft eG:**
18. bis 20. Juni 2026
in Dresden

Bild: EKH-Pictures | www.adobestock.com



Wir sehen uns in Dresden!

Freuen Sie sich auf drei unvergessliche Tage in einer Stadt, die Geschichte atmet und zugleich voller Leben steckt! Dresden vereint Eleganz, Kultur wie auch Herzlichkeit. So schafft das traditionsreiche Taschenbergpalais den optimalen Rahmen für unsere 63. Generalversammlung.

Bild: adisa | www.adobestock.com


Odenwald®

APFELMUS GENUSS

das Original im Glas!



- Anzeige -

Kompetent. Frisch. Überzeugend.

Henglein Kloßteig „Unser Bester“, 2.500 g, 5er Karton
Henglein Mini-Knödel, vorgeformt, 1.000 g, 5er Karton
Henglein Knöpfle, 2.500 g, 4er Karton
Henglein Eierspätzle, 2.500 g, 4er Karton
Henglein Schupfnudeln, 2.500 g, 4er Karton

NAN 2026422
NAN 9578208
NAN 7874288
NAN 2026449
NAN 2902584



HENGLEIN®
Schmeckt wie selbstgemacht

www.henglein.de

Hans Henglein & Sohn GmbH, Beerbachstr. 19, 91183 Abenberg

Unser vielfältiges Frische-Sortiment spart Zeit, ist einfach in der Zubereitung und kreativ in der Anwendung.

Ausschließlich beste Rohstoffe werden von HENGLEIN sorgfältig verarbeitet. Und das schmeckt man.

- Anzeige -



Groß denken, eigen machen.

Neu bei uns: *FÜR SIE professional basic*
Pasta, wie Profis sie brauchen – die Eigenmarke steht für Qualität, Effizienz und einen fairen Preis.

Mit *FÜR SIE professional basic* startet die FÜR SIE Handelsgenossenschaft in eine neue **Eigenmarken-Ära**. Drei Artikel machen den Anfang – perfekt abgestimmt auf die Anforderungen von **Großküchen, Kantinen und Gastronomie**.

Damit legt *FÜR SIE professional basic* den Grundstein für ein wachsendes Sortiment, das speziell auf die Bedürfnisse von Großverbrauchern zugeschnitten ist – von der Gemeinschaftsverpflegung in Kliniken, Senioreneinrichtungen wie auch Kindertagesstätten bis hin zu Gastronomie & Hotellerie.

Qualität, die man schmeckt – Effizienz, die überzeugt

Die beiden **Pasta-Sorten** beeindrucken mit ihrer **formstabilen Kochfestigkeit**,

ihrem **neutralen Geschmack** und einer **einfachen Handhabung**. Sie sind somit empfehlenswert für alle, die größere Mengen zubereiten und längere Warmhaltezeiten benötigen – ohne dabei Kompromisse bei der Konsistenz oder beim Geschmack einzugehen.

Hergestellt in Italien aus hochwertigem Hartweizengrieß, liefern die Nudeln eine beständige Qualität „wie von Hand gemacht“. Kombiniert mit den **geschälten Tomaten** in der praktischen Dose entsteht eine erstklassige **Basis für unzählige Lieblingsgerichte** – ob für Pasta Bolognese, Lasagne oder eine mediterrane Gemüsepfanne.

Effizient. Durchdacht. Preisbewusst.

Neben der Produktqualität überzeugt auch das Konzept: Großverbraucherfreundliche **Verpackungseinheiten**, die **platzsparende Lagerung** sowie

eine **hohe Ergiebigkeit** stellen effiziente Abläufe in Küche und Logistik sicher.

Die Produkte sind **GVO-frei, formstabil, vielseitig kombinierbar** und punkten mit einer **langen Haltbarkeit** – Eigenschaften, die gerade in Großküchen zählen.

Die Marke *FÜR SIE professional basic* richtet sich an Küchenprofis, die wirtschaftlich kalkulieren und dennoch keine Abstriche bei der Basisqualität der Lebensmittel machen möchten.

Oder wie es das Motto unserer neuen Eigenmarke treffend formuliert: „**Die Basis für jeden Tag – professionell und preisbewusst.**“

Start Anfang 2026

Die **Testphase** beginnt Anfang 2026 über das REWE-Lager. Nach der erfolgreichen Einführung der Pasta und Tomaten ist bereits eine Sortimentserweiterung ab 2026 geplant.

Damit wächst *FÜR SIE professional basic* Schritt für Schritt zu einer starken Marke heran für alle, die täglich Verantwortung für viele Mahlzeiten tragen.



FÜRSIE
PROFESSIONAL
basic

Launch Edition:
3 Klassiker im Mittelpunkt
Penne rigate (5-kg-Beutel),
Spaghetti (5-kg-Beutel),
Geschälte Tomaten (2,5-kg-Dose)

Markenstart: Anfang 2026

Zielgruppe: Großverbraucher in der
Gemeinschaftsverpflegung sowie
Hotellerie & Gastronomie

Bezug: über das
REWE-Lager

„Mit „*FÜR SIE professional basic*“ bieten wir unseren Mitgliedern eine **Eigenmarke, die verlässliche Qualität zu einem attraktiven Preis liefert – ideal für den täglichen Einsatz in professionellen Küchen**“

Stefan Goldhagen,
Vertriebsleiter Food / Non-Food
bei der FÜR SIE eG



AKTUELL
FÜR SIE

29

NEUES JAHR, NEUE PFLICHTEN

Das ändert sich 2026

Hier sind die wichtigsten gesetzlichen Neuerungen zusammengefasst, die für Sie ab 2026 relevant sind:

30. Dezember 2025 | 30. Juni 2026
EU-Verordnung zu entwaldungsfreien Lieferketten (EUDR)

Ab dem 30. Dezember 2025 sind Importe bestimmter Rohstoffe (Kaffee, Kakao, Palmöl, Soja, Rindfleisch, Holz, Kautschuk) nur erlaubt, wenn deren **Unbedenklichkeit nachgewiesen** werden kann in puncto Entwaldung und Waldschädigung. Für **Kleinst- und kleine Unternehmen** gilt eine **Übergangsfrist** bis zum 30. Juni 2026.

EUDR:

Mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit kommt es im Dezember 2025 (KW 50) zu einer Verschiebung bzw. zu Änderungsbeschlüssen.

Januar 2026
Mindestlohn

Der Mindestlohn wird ab Jahresbeginn auf 13,90 € brutto pro Stunde angehoben. Ab 01. Januar 2027 folgt ein **weiterer Anstieg** auf 14,60 € pro Stunde.

März 2026
Tierhaltungskennzeichnung („Haltungsform“) für Fleisch

Die **Frist wurde verschoben**, die Meldepflicht bleibt jedoch bestehen: Am 26. Juni 2025 hat der Bundestag eine erste Änderung des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes beschlossen. Der Beginn der Kennzeichnungspflicht der Haltungsform von **Schweinefleisch** im Einzelhandel und in Metzgereien wurde auf den 1. März 2026 verlegt.

12. August 2026
Verpackungsverordnung (PPWR/EU-VerpackV)*

Die neue EU-Verpackungsverordnung PPWR („Packaging and Packaging Waste Regulation“) ist seit dem 12. Februar 2025 in Kraft. Ab dem 12. August 2026 gilt sie verpflichtend für

alle Unternehmen, die **verpackte Produkte in der EU in Verkehr** bringen. Für Händler gelten ab diesem Datum neue Informations-, Hinweis- und Meldepflichten. Sukzessive werden strengere Regelungen in Bezug auf die **Reduzierung von Verpackungsmüll** auch in Deutschland umgesetzt. Eines der Etappenziele dabei: Ab 2026 ist eine **Recyclingquote von 65 %** für alle Verpackungsabfälle vorgeschrieben. Für spezifische Materialien, die in den Verpackungsabfällen enthalten sind, werden jeweils verschiedene Mindestprozentsätze ausgewiesen, so etwa **50 % auf Kunststoffe**.

31. Dezember 2025
Verschiebung der Frist für die Maut-Befreiung von E-Lkw

Vorgesehen war, dass die Mautbefreiung für E-Lkw zum 31. Dezember 2025 auslaufen sollte. Ähnlich wie bei der EUDR-Verordnung hat die EU-Kommission allerdings einen Vorschlag eingebracht, das **Fristende zu verschieben**. Dieser Änderungsvorschlag wurde am 7. Oktober 2025 vom Europäischen Parlament angenommen, sodass die volle Mautbefreiung für E-Lkw vorerst bestehen bleibt. Erst ab Mitte 2031 (01.07.) sollen **Elektro-Lkw** in Deutschland voraussichtlich **25 %** der regulären Maut zahlen, um sich an den Infrastrukturkosten zu beteiligen.

* Angaben zur EU-Verpackungsverordnung: vorbehaltlich erfolgter gesetzlicher Änderungen nach Redaktionsschluss

Mehr
Tierwohl und
Transparenz ab
März 2026.

Neuer Beschluss:
Nach dem Willen des Europaparlaments soll die EU-Lieferkettenrichtlinie deutlich abgeschwächt werden. Als Nächstes stehen Verhandlungen mit den EU-Mitgliedstaaten an.



VEGANES ESSEN

Der neue Standard
für bewussten
Genuss!

Zutaten für morgen – schon heute probiert

CHILI- SCHOKOLADE

Neue Geschmacks-
kombinationen
wie süß + scharf
(swicy)

FACHMESSEN UND EVENTS '26

ISM Köln

01.–04. Februar 2026, Köln
Weltgrößte Messe für Süßwaren und Snacks

FRUIT LOGISTICA

04.–06. Februar 2026, Berlin
Internationale Leitmesse für Obst und Gemüse,
inklusive Logistik und Technologie

BIOFACH Nürnberg

10.–13. Februar 2026, Nürnberg
Weltgrößte Messe für Bio-Lebensmittel

370GRAD Hamburg

13.–16. März 2026, Hamburg
Exklusiver Branchentreff für Entscheider aus
Hotellerie, Gastronomie und Catering

INTERNORGA

13.–17. März 2026, Hamburg
Internationale Leitmesse für Hospitality und
Foodservice

VeggieWorld Düsseldorf

28.–29. März 2026, Düsseldorf
Messe für den veganen Lebensstil

Digitales Kunden-Forum FÜR SIE

05. März 2026, digital
Digitales Format mit aktuellen Informationen zu
Entwicklungen bei der FÜR SIE und im Branchenumfeld

CMC COIFFEUR Großhandelsbörse

29. April 2026, Gürzenich Köln
Einkaufs- und Kommunikationsbörse der CMC –
Coiffeur Marketing Company

SACHSENBACK

18.–20. April 2026, Dresden
Bäckerei- & Konditoreifachmesse

BioWest

19. April 2026, Düsseldorf
Regionale Biofachmesse

interpack Düsseldorf

07.–13. Mai 2026, Düsseldorf
Leitmesse für Verpackung und Prozesse

GVG Jahrestagung

09. September 2026, Köln
Jährliche Partner-Tagung der Getränkevermarktungs- und
Einkaufsgesellschaft

FÜR SIE Messe

10. September 2026, Köln
Unsere Fachmesse für den Lebensmittelhandel

SÜFFA Stuttgart

07.–09. November 2026, Stuttgart
Fachmesse für Fleischwirtschaft

BrauBeviale Nürnberg

10.–12. November 2026, Nürnberg
B2B-Fachmesse für Getränkeindustrie

FOOD '26 TRENDS

Food-Trends 2026 – bedürfnisorientiertes Angebot

Die Gastronomie und Einrichtungen für Gemeinschaftsverpflegung müssen sich veränderten Ernährungsgewohnheiten stellen, genauso wie der LEH. **Neue Fertigungstechnologien** spielen bei dieser Veränderung der Angebote ebenso eine Rolle wie **klimatische Auswirkungen** auf die Lebensmittelherstellung im Allgemeinen. Menschen bevorzugen **vermehrt** Produkte, die **nachhaltig und ökologisch** vorteilhaft daherkommen. Gleichmaßen legen sie aber Wert auf **Convenience-Charakter, innovative Geschmackserlebnisse und hochwertige Zutaten**. Die Ansprüche an Sie als Dienstleister und an Ihr Sortiment fallen dementsprechend hoch und vielfältig aus.

Immer noch fleischlastig?

Wo keine fleischlosen Alternativen angeboten werden, bleibt die Nachfrage verständlicherweise aus. **Vegetarische** und **vegane** Gerichte sind heute allerdings **vollwertige Bestandteile** der modernen Küche – lieblos arrangierte, stark verarbeitete Produkte haben ausgedient.

Gesucht wird echter Geschmack: natürliche Aromen, purer Genuss und regionale Zutaten in Saison. **Nebenprodukte** wie Wurzeln, Blätter oder Trester werden **zunehmend** als Zutat genutzt, statt sie achtlos wegzuwurfen. Dies kombiniert ökologische Vor-

teile mit höherem Nährwert. **Saaten, Nüsse und Gemüse** werden 2026 zu den Stars auf den Tellern.

Zeit ist Geld

Viele Menschen wünschen sich im Alltag mehr **Bequemlichkeit** und Zeit für ihre Herzensprojekte. Im Konsum zeigt sich das im Trend zur Convenience, also beim Griff zu **vorgefertigten Produkten**, die wenig Aufwand erfordern. Auch in **Profiküchen** zählt eine hohe Effizienz.

2026 steht für wertige Convenience-Produkte, die traditionelle Hausmannskost und „Handmade“-Niveau zeitgemäß interpretieren. **Gute Portionierbarkeit, einfache Zubereitung, konstante Qualität und flexible Einsatzmöglichkeiten:** Diese Attribute erfüllen die Ansprüche von Gastronomie und Privathaushalten in gleicher Weise. Das Verfeinern der praktischen Komponenten ermöglicht schnelle, kreative Neuinterpretationen klassischer Gerichte – ideal für moderne Küchenchefs.

Halal – von Anfang bis Ende der Kette

In Deutschland leben über **fünf Millionen Muslime** – und damit wächst die Nachfrage nach **halal zertifizierten Lebensmitteln** und Gastronomieangeboten. Halal betrifft nicht nur das Endprodukt, sondern die **gesamte Prozesskette**, von der Zutatenwahl bis zur Lagerung.

Küchenbetriebe punkten mit Auswahl, Qualität und Genuss: Viele Zutaten lassen sich in Rezepten **leicht ersetzen, ohne** dass die Gerichte an **Geschmack verlieren**. Für Gemeinschaftsverpflegung und Gastronomie entsteht so neuer Spielraum – denn Halal ist längst kein Spezialwunsch mehr, sondern Teil eines modernen, vielfältigen Angebots.

Snackification: kleine Freuden statt Suppenkoma

Die Spanier machen es vor, und auch in anderen Ländern liebt man die kleinen Portionen: **Tapas, Mezedes, Antipasti**. Mehrere Mahlzeiten, über den Tag verteilt, sind für den Organismus **bekömmlicher** – und sie lassen sich besser in unseren schnelllebigen Alltag **integrieren**. Außerdem ist es gesellig, sein Essen zu teilen. Kleine Snacks, gut portionierbar und je nach Hungerlevel zubereitbar, bringen den zusätzlichen Vorteil mit, dass nicht viel auf dem Teller zurückbleibt. Zudem lassen sich viele unterschiedliche Speisen genussvoll miteinander kombinieren.

Functional Food: Gesundheit im Angebot

Gesundheit ist Trend und Verkaufsargument zugleich. Speisen und Getränke mit **Zusatznutzen** – von Vitaminen über Mineralstoffe bis zu funktionalen Snacks – sind gefragt wie nie. Was im Lebensmitteleinzelhandel

längst Alltag ist, erreicht nun auch Gastronomie, Gemeinschaftsverpflegung und Kioske. Besonders junge, gesundheitsbewusste Gäste suchen Angebote mit Mehrwert.

Für Betriebe ergeben sich daraus echte Chancen: Functional Food macht Speisekarten moderner, hebt vom Wettbewerb ab und liefert spannenden Gesprächsstoff fürs **Storytelling**. Ob als nahrhafte Frühstücksoption, als Togo-Drink oder als Extra im Kaffee – der Trend ist gekommen, um zu bleiben.

Grün, impulsstark und gesund

Hunger und Durst der Menschen zu stillen sollte das Primärziel des Handels sein, keine Frage. Doch steigende Umsätze und eine begeisterte Stammkundschaft stellen sich nur durch ein innovatives, nachhaltiges Sortiment ein.

Kommunizieren Sie, dass Ihnen **Regionalität, Vielfalt und Qualität** auch in Zeiten hohen Kostendrucks wichtig sind! Ihr Angebot sollte den Zeitgeist widerspiegeln, Ihre Zielgruppen aktiv ansprechen und vielerlei Kaufanreize für die anspruchsvolle Kundschaft bieten.



Schnell. Smart. Nachhaltig.



„
Unser Workshop
hat gezeigt, wie viel
Potenzial in der Gemeinschaft
steckt. Nachhaltigkeit ist
kein Projekt – sie ist eine Haltung,
die wir gemeinsam leben.

Vanessa Sradnick und Lena Hamacher,
Organisatorinnen des Workshops zur Nach-
haltigkeit, Unternehmensentwicklung
bei der FÜR SIE eG



Verantwortung übernehmen.
Zukunft gestalten.
Gemeinsam genossenschaftlich anpacken.

WIR REDEN NICHT GRÜN. WIR HANDELN.

Nachhaltigkeit ist kein Schlagwort, sondern **Teil unseres Selbstverständnisses**. Die FÜR SIE Handelsgenossenschaft setzt sich seit vielen Jahren aktiv mit nachhaltigem Wirtschaften auseinander – und hat früh begonnen, ein **eigenes Nachhaltigkeitsmanagement** zu etablieren.

Unser Anspruch:
ökonomische, ökologische und
soziale Verantwortung dauerhaft in
Einklang bringen.

Auch wenn die aktuelle Gesetzgebung festlegt, dass wir als Unternehmen nicht CSRD-pflichtig sind, übernehmen wir **freiwillig Verantwortung**. Unser Nachhaltigkeitsmanagement hat das Thema schon früh etabliert. Es sorgt heute für Transparenz, Struktur und Nachvollziehbarkeit in allen relevanten Unternehmensbereichen.

So entsteht ein freiwilliger Nachhaltigkeitsbericht, der unseren Genossinnen und Genossen Einblick in unsere Fortschritte gibt – und gleichzeitig Wissen und Erfahrungen teilt. Denn als genossenschaftliches Unternehmen verstehen wir Nachhaltigkeit nicht nur als Pflicht, sondern als Teil unseres Förderauftrags.

Im September hat die FÜR SIE mit einem **internen Nachhaltigkeits-Workshop** den Startschuss für ihre neue Nachhaltigkeitsinitiative gegeben. In **Kleingruppen** wurde im Format eines World Cafés diskutiert, gesammelt und visioniert. Als Ergebnis stand eine beeindruckende Vielfalt an Ideen: **vom bewussteren Umgang mit Energie und Papier über die Förderung sozialer Projekte bis hin zu nachhaltigen Lieferketten und fairen Arbeitsbedingungen**. Diese Vielfalt zeigt, wie viel Engagement, Kreativität und Verantwortungsbewusstsein in der FÜR SIE steckt.

Die Themenfelder des Workshops orientierten sich an den **klassischen ESG-Kriterien: Environmental, Social, Governance, also Umwelt, Soziales und Unternehmensführung**.

Diskutiert wurde unter anderem, wie sich **Ressourcen schonen** lassen, wie sich **Energie effizienter** einsetzen lässt und wie **digitale Prozesse** weiter ausgebaut werden können. Auch **soziale Aspekte** spielten eine große Rolle: Ergonomische Arbeitsplätze, Gleitzeitmodelle, Vielfalt und Inklusion sowie die Förderung lokaler Projekte – all das sind Themen, die unser Miteinander nachhaltig stärken.

Die besten Ideen fließen nun in **konkrete Maßnahmen** ein, die schrittweise umgesetzt werden. Ziel ist es, eine Nachhaltigkeitsstrategie mit klaren Zielsetzungen und Kennzahlen zu etablieren, die für alle Beteiligten greifbar bleibt.





Bild: KI generiert

„
Genossenschaften
haben durch ihre Werte und
Organisationsform ideale
Voraussetzungen, Nachhaltigkeit
langfristig zu verankern.
Es geht nicht um kurzfristige Ziele,
sondern um gemeinsames, verant-
wortungsvolles Wachstum.“

Melinda Subasi, Werkstudentin
und zukünftige Nachhaltigkeitsmanagerin
bei der FÜR SIE eG



Und natürlich ging es bei
diesem Workshop auch um unsere
Rolle als Genossenschaft:

Wie können wir unsere **Mitglieder**
mitnehmen, gemeinsam Wissen teilen
und den genossenschaftlichen Förder-
auftrag um das Thema Nachhaltigkeit
erweitern?

Wissenschaftlich beschäftigt sich die
FÜR SIE ebenfalls mit dem Thema: Me-
linda Subasi, **Werkstudentin** bei der
FÜR SIE, verfasst aktuell ihre Masterar-
beit zum Thema „**Nachhaltigkeit in Ge-
nossenschaften**“. Ihr Blick von außen
liefert **wertvolle Impulse**, wie genos-
senschaftliche Strukturen nachhaltige
Entwicklungen begünstigen können.

Nachhaltigkeit bei der FÜR SIE ist kein
Projekt mit Ablaufdatum, es handelt
sich um einen fortlaufenden Prozess.
Durch die enge Verzahnung von Nach-
haltigkeitsmanagement und Unter-
nehmensentwicklung, die regelmäßige
Erfolgskontrolle über Kennzahlen und
auch die Einbindung aller Mitarbeiten-
den schaffen wir Strukturen, die wir-
ken – heute und in Zukunft.

Ein großer Mosaikstein war die Be-
nennung eines **Green Teams**: Dieses
wird künftig das Thema Nachhaltigkeit
innerhalb der FÜR SIE in enger **Zusam-
menarbeit** mit dem **Fachbereich Nach-
haltigkeitsmanagement** vorantreiben.

Der im Rahmen des Workshops er-
arbeitete Stufenplan gibt eine klare
Richtung vor und identifiziert bereits
konkrete Themen, die sich kurzfristig
umsetzen lassen. Geplant ist, dass da-
raus langfristige Nachhaltigkeitsziele
entstehen, die nicht nur intern wirken,
sondern auch Mitgliedsbetrieben als
Inspiration dienen können.

Denn Nachhaltigkeit ist mehr als ein
Trend – sie ist ein gemeinsamer Weg.
Die FÜR SIE möchte ihre Rolle als ge-
nossenschaftliche Plattform nutzen,
um Ideen zu teilen, voneinander zu
lernen und gemeinsam Verantwortung
zu übernehmen.

Damit bleibt die FÜR SIE ihrem An-
spruch treu: **Wir handeln. Gemeinsam.
FÜR SIE.** Für eine Zukunft, in der wirt-
schaftlicher Erfolg und verantwortungs-
volles Handeln **Hand in Hand** gehen.

Sie möchten Ihr Unternehmen
auch nachhaltiger führen und Ihre
Mitarbeitenden einbinden?

Bekennen Sie sich als Unternehmens-
und Führungsriege klar zu nachhalti-
gem Handeln.

Bilden Sie ein **abteilungs- und hier-
archieübergreifendes Fachgremium**
(Green Team). Machen Sie Betroffene
zu Beteiligten: Jede und jeder Mit-
arbeitende hat andere Kontaktpunkte
und Ideen.

Stellen Sie einen Kasten für Ideen auf
(Green Box), analog oder digital. **Sam-
meln Sie Vorschläge** – auch die kleins-
ten können effektive Auswirkungen
nach sich ziehen.

Honorieren Sie **Vorschläge** und das da-
mit einhergehende **Engagement**. Dies
führt zu einer positiven Wahrnehmung
und Motivation auf mehreren Ebenen,
unter anderem durch Anerkennung
der Leistung.

Machen Sie **Feedback** und erzielte
Fortschritte sichtbar sowie umge-
setzte Ideen und Erfolge **transparent**.

WIR REDEN NICHT GRÜN. WIR HANDELN. • AKTUELL

GEROLSTEINER®

ABSOLUTE FRESHHEIT

NATUREL
VON NATUR AUS
ERFRISCHEND
KEINE KÖHLENSÄURE

URSPRUNG
AUS DEN TIEFEN
DER VULKANEIFEEL
MIT KÖHLENSÄURE

APFEL
SCHORLE
MIT FRUCHTGEHALT

LEMON
ROSEMARY

CITRUS
LIMO MINZE

ORANGE
PASSIONS
LIMO FRUCHT

WATERMELON
MINT

COLA
FEINHALTES
TRISCHUNGSGEHALT

COLA-MIX
MIT COLA-ORANGEN-
GESCHMACK

COLA
ZERO ZUCKER
KOFFEINHALTIGES
FRISCHUNGSGETRÄNK

HOL DIR DEN GESCHMACK

VON FRÜH BIS SPÄT:

Genuss pur!

Geschmacksvielfalt für höchste Ansprüche.

SCHWARTAU
Professional

morgens

nachmittags

abends

mittags

PERSÖNLICH
FÜR SIE

41

Ihr Partner für Beauty, Home & mehr.

OSMA Werm GmbH

Die OSMA Werm GmbH hatte ihren Sitz seit 1931 in Frankfurt am Main. Nur während der Kriegsjahre waren die Firmenaktivitäten in das heimatische Unterfranken verlegt worden. Erst 1995 wurde die erste Lagerhalle in Karsbach in Unterfranken gebaut und in den Folgejahren erweitert. Zur Expansion konnte 1999 zusätzlich im benachbarten Karlstadt ein Industriegebäudekomplex gemietet und später erworben werden, in welchen 2004 dann der Hauptsitz aus Frankfurt hin umgezogen wurde. 2015 wurde ein weiteres Grundstück in Karsbach gekauft. Das dort errichtete Logistikzentrum konnte 2021 als Zentrale bezogen werden.

Zu den Geschäftszweigen zählen unter anderem der Import und Export von Körperpflege- und Kosmetikprodukten, Haushalts- und Reinigungsmitteln sowie Kleinpreis- und Saisonartikeln. Besonders stark ausgeprägt ist das Aktionsgeschäft mit den Segmenten Saisondekoration für Weihnachten, Frühjahr & Ostern wie auch Geschenkverpackungen.

Frank Werm, Geschäftsleitung
OSMA Werm GmbH

OSMA
WERM GMBH

Herr Werm, OSMA Werm ist ein Familienunternehmen, wie es im Buche steht. Stetiges Wachstum, vielfältige Kundengruppen, saisonale und zeitgeistgesteuerte Anpassungen des Sortiments – Stillstand gibt es bei Ihnen nicht. Wir freuen uns, dass Sie sich die Zeit nehmen, uns Ihre Werte und Ihre DNA vorzustellen!

Der Erfolg kam nicht zuletzt durch eine starke Frau, Maria Werm, die das Schiff durch die extrem harten Zeiten während und nach dem Zweiten Weltkrieg steuerte. Die Geschäftsführung wurde von Generation zu Generation weitergegeben. Wie sehr prägt die familiäre Kultur Ihren Betrieb?

Schon in meiner Schulzeit und während meiner Ausbildung habe ich sehr oft im elterlichen Betrieb gearbeitet. Unser Familienbetrieb war auch immer Teil unseres Familienlebens. Viele Jahre haben wir mit unseren Eltern zusammen den Betrieb geführt und gemeinsam gearbeitet. Dadurch besteht eine hohe Motivation, das Lebenswerk der letzten Generationen zu bewahren, ihre Werte zu sichern und unser Unternehmen mit der richtigen Balance aus Tradition und Fortschritt weiterzuführen.

Sie betreiben traditionell ein Multi-sortiments-Geschäft. Durch das Wegschmelzen der kleinen Nahversorger-Märkte hat sich Ihre Kundschaft verändert. Wie haben Sie sich neu aufgestellt?

Während der Pandemie haben wir unser Sortiment flexibel angepasst, viele Hygiene- und Reinigungsmittel mit ins Sortiment aufgenommen. Dies hat uns viele neue Kunden zusätzlich gebracht. Die Entwicklung in dieser Zeit verlief vorrangig vom Einzelhandel zum Großhandel. Es kamen neue Vertriebskanäle hinzu, aber auch eine höhere Anzahl von Exportkunden und Ländern, ebenso wie viele neue Kunden aus dem Bereich Onlinehandel.

Neben den Produkten bekannter Markenhersteller bieten Sie eine kundenindividuelle Drogerie-Eigenmarke an. Private Labels erfahren eine zunehmende Akzeptanz bei den Verbrauchenden. Wie beurteilen Sie die Relevanz Ihrer Eigenmarke?

Durch die Kombination von Marken-Drogeriewaren und unseren Eigenmarken zu Körperpflege- und Reinigungsmitteln ist unser Sortiment einzigartig aufgestellt. Das Portfolio unserer Eigenmarken ELINA, Marvita und CLEAN erweitert sich ständig, bei zunehmender Qualität. Neben der permanenten Weiterentwicklung unseres Warenan-

gebots für den Preiseinstieg übernehmen wir ebenso die Herstellung von Kunden-Eigenmarken, auch für Produkte aus dem Premiumbereich.

Kleinpreisartikel sind einer Ihrer Hauptgeschäftszweige. Wie haben sich die Bedürfnisse und die Wahrnehmung Ihrer Kundschaft in den letzten Jahren verändert? Sind Aktionswaren unter dem Label „billig“ immer noch Frequenzbringer?

Unsere Aktionswaren werden heute nicht mehr unter dem Label „billig“ geführt, denn die Kundenwahrnehmung richtet sich nach guter Qualität zu vernünftigen Preisen. Die Anzahl der Kunden, die ein Sortiment suchen für den Abverkauf zu einem Einheitspreis, wird zunehmend geringer. Heute suchen alle Arten von Kundengruppen bei uns Preiseinstiegsartikel aus allerlei Warengruppen. Wir beliefern aktuell neben dem Einzelhandel ebenfalls Spezialisten aus dem Fachgroßhandel für Hygiene und Reinigungsmittel, genauso wie beispielsweise auch Zulieferer für Hilfsorganisationen und Justizvollzugsanstalten.



OSMA Werm erfährt einen Wandel in den Kundenprioritäten: vom reinen Fokus auf den Preis hin zu Verfügbarkeit, Service, Termintreue, Verlässlichkeit, langjährige Kundenbindung und Qualität. Auch eine hohe Flexibilität in Sachen Datenanbindung, Datenschnittstellen und Datenqualität fordern heute die großen Kunden ein.

Sie sind auch auf Aktionswaren-Messen vertreten. Welchen Stellenwert haben diese Orte der Begegnung und des Vernetzens für Ihr Unternehmen in Zeiten der immer weniger werden Kontaktpunkte?

Wir spüren auf den Messen, dass die Kunden sich über die Möglichkeit der persönlichen Begegnung freuen. Besonders für unser Exportgeschäft ist es von großer Bedeutung, Präsenz zu zeigen und internationale Kontakte zu knüpfen. Zudem ist es uns wichtig, speziell unser Eigenmarken-Sortiment live zu präsentieren.

Ihre Produktpalette ist sehr breit gefächert. Sie handeln mit über 4.000 Artikeln aus vielen verschiedenen Warenbereichen. Welche Segmente haben in den letzten Jahren an Absatz und/oder Umsatz zugelegt – und welche haben ihre besten Zeiten hinter sich?

Zunehmenden Erfolg verzeichnen wir im Bereich der Körperpflege und bei den Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln. Hier sehen wir Steigerungen in allen Bereichen: bei den Markenartikeln und bei den Kleinpreisartikeln. Etwas Rückläufig sind Warengruppen wie Dekoration und Saisonartikel. Neben dem veränderten Konsumverhalten sowie der gebremsten Kauflust wegen Unsicherheit und negativer Verbraucherstimmung wachsen bei diesen Sortimenten die Konkurrenz und die Online-Angebote am stärksten.

Zum Export-Geschäft, welches einen hohen Stellenwert bei Ihnen einnimmt: Welche Rolle spielt die zunehmend unsichere Lage auf den internationalen Handelsmärkten? Spüren Sie Unsicherheit in Bezug auf die Jo-Jo-Politik der US-amerikanischen Regierung oder hinsichtlich der Krisenherde in Russland, China und dem Nahen Osten? Welchen Veränderungen unterliegt Ihr Geschäft dadurch?

Unser Portfolio an Exportländern ist aus der Pandemie heraus gestiegen, wir exportieren in über 50 Länder. Wir haben anteilig wenig Kunden in den USA, Asien sowie Russland, somit ist für uns die unsichere Lage eher unkritisch. Der europäische Handelsbereich – auch Großbritannien und Schweiz – konnte über die letzten Jahre konstant weiter ausgebaut werden.

Eine private Frage: Sie beschäftigen sich bereits seit Wochen intensiv mit der Oster-Aktionsware – tatsächlich steht allerdings Weihnachten kurz bevor, mit Plätzchen, Glühwein und Lichterketten statt bunter Eier oder lustiger Häschen. Haben Sie überhaupt noch Lust auf die Saisons, obwohl Sie beruflich immer schon ein halbes Jahr voraus sind?

Es ist richtig, dass wir bereits seit August den Vorverkauf von unserem Ostertersortiment 2026 abwickeln. Im Einkauf muss man heute schon ein Jahr im Voraus aktiv sein. Wir beschäftigen uns aktuell schon mit dem Weihnachtssortiment 2026. Somit ist die vorweihnachtliche Stimmung schon vorhanden und ich freue mich privat auf die Weihnachtszeit mit meiner Familie.

Offen – gerne ein eigenes Thema ansprechen: Was ist Ihnen wichtig?

Für unser Familienunternehmen stehen die Menschen im Mittelpunkt. Unser langjähriger Erfolg beruht auf unseren engagierten und loyalen Mitarbeitern. Viele unserer über 50 Mitarbeiter sind schon über 20 Jahre im Unternehmen, Rainer Mennig vom Team Markendrogeriewaren schon über 30 Jahre. Gerade in herausfordernden Zeiten sind die Mitarbeiter der Schlüssel für den Erfolg und eine aussichtsreiche Unternehmenszukunft.


Welcome to the Vanilla-Verse Family



Bettina Barty
GERMANY

Gemeinsam Gutes tun

Mit Teamgeist,
Plätzchen und
Herz

wir für pänz 

Die FÜR SIE packt ein!

In der Vorweihnachtszeit sind die Termine bei den meisten Menschen dicht gedrängt, unsere privaten und dienstlichen Kalender oftmals voll. Doch die FÜR SIE hat sich die Zeit genommen und unterstützt in diesem Jahr ein **besonderes Projekt**: Wir verpackten bei Plätzchen und heißem Punsch **Geschenke für Kinder in schwierigen Lebenssituationen**.

Strahlende Gesichter und ganz viel Liebe

Soziales Engagement ist keine gesetzliche Bürgerpflicht. Man kann es als gelebte Solidarität beschreiben, als freiwillige Verantwortung für das Gemeinwesen. Die FÜR SIE stellt sich dieser Verantwortung und **unterstützt** in diesem Jahr erstmals die **Organisation wir für pänz e.V.** Der gemeinnützige Verein hilft seit über 35 Jahren Kindern, Familien und Institutionen in Köln und Umgebung, die sich in schwierigen Lebenssituationen befinden.

Im **Kölschen** werden **Kinder** gerne „Pänz“ genannt – und diese stehen im **Mittelpunkt**. So setzt sich *wir für pänz*

für Kinder ein, die durch chronische Erkrankung, Behinderung, Entwicklungsverzögerung oder Armut benachteiligt sind. Als anerkannter Träger der freien Jugendhilfe, Pflegedienst für Kinder und Beratungszentrum bietet der Verein individuelle ambulante Hilfen sowie inklusive Beratungs- und Unterstützungsangebote an. Dabei legt *wir für pänz* besonderen Wert auf Prävention, frühzeitige Förderung und nachhaltige Begleitung.

Zum **Jahresende** veranstaltet der Kölner Verein individuelle **Weihnachtsaktionen** mit Unternehmen – und dieses Jahr sind wir mit dabei. Am 4. Dezember 2025 war es so weit: Die **Mitarbeitenden** der FÜR SIE packten gemeinsam für zwei Stunden an – und ein, nämlich über **100 Geschenke** für Kinder, die Unterstützung verdienen. Die Kinder aus Köln und der Umgebung durften ihre Wünsche vorab einreichen – ein **bunter Mix aus Sachgeschenken und Gutscheinen** ergab sich daraus. Die Geschenke wurden durch eine **Spende der FÜR SIE** sowie durch **freiwillige Spenden der Mitarbeitenden** finanziert. Diese konnten nach Wunsch einen Betrag ihrer Wahl über einen GoFundMe-Link spenden. Liebevoll saisonal verpackt und ver-

sehen mit **Weihnachtskarten** und dem passenden **Namensschild**, wurden die Präsente im Dezember gemeinsam mit einer **Geldspende** an die Organisation übergeben. Nun warten sie auf viele kleine Hände, die sie zum Weihnachtsfest auspacken.

Bei Kakao und selbst gebackenen Waffeln ging das gemeinschaftliche Verpacken leicht von der Hand. Außerdem eröffnete dieses **Get-together** die Gelegenheit, sich mit Kolleginnen und Kollegen zu vernetzen und gemeinsam den Gedanken von Weihnachten zu leben.

Wer die Wahl hat ...

Haben Sie als Unternehmer sich schon einmal an ein soziales Projekt gewagt und eine karitative Initiative unterstützt? Die Auswahl ist riesig und kann auch überfordern. Familien in bildungsbenachteiligten Lebenslagen, von Armut betroffene Menschen, von der Gesellschaft Ausgeschlossene, Tiere oder die geschädigte Natur: Es gibt **viele Empfänger**, die Unterstützung verdienen. Eine sorgfältige Recherche zu den Hilfsorganisationen stellt sicher, dass Ihre Hilfe auch ankommt.

Gutes tun, gemeinsam profitieren

Wenn sich Unternehmen für Gesellschaft, Umwelt und Mitarbeitende stark machen, bietet das viele **Vorteile** – und das nicht nur in der Außenwirkung.

Spendenaktionen oder die Unterstützung gemeinnütziger Projekte zeigen **gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein** auf. Presse, Kunden und Geschäftspartner nehmen dies wahr – und verbinden das Unternehmen mit Nachhaltigkeit und Gemeinsinn. Viele Verbrauchende bevorzugen Firmen, die sozial verantwortlich handeln. Das schafft eine emotionale Verbindung – die Kundschaft fühlt sich als Teil der guten Tat.

Auch in Bezug auf das **Employer Branding** verleiht ein Engagement oft Flügel: Besonders bei jungen Bewerbern erhöht soziales Engagement Ihre Attraktivität als Arbeitgeber. Intern stärken Sie die Teamidentität durch gemeinsame Aktionen. Wenn Mitarbeitende das Jahr über aktiv eingebunden werden, zum Beispiel bei einem Spendenlauf, einem Social Day oder einer gemeinsamen Tafelspendenaktion, kann das mehr Zusammenhalt schaffen als ein Schokoladen-Adventskalender am Ende des Jahres. Mitarbeitende sehen so, dass ihr Arbeitgeber nicht nur wirtschaftliche Ziele verfolgt, **sondern echte Werte lebt**.

Eine Spende, etwa an eine regionale Tafel, Wohnungslosenhilfe oder eine Umweltorganisation, hat Signalwirkung. Sie sagt: „Wir investieren nicht nur in uns, sondern auch in die Gesellschaft.“

„
Soziales Engagement bringt neben der guten Tat an sich Reichweite, Reputation und steuerliche Vorteile. Tun Sie's!

“
In diesem Jahr möchten wir die Adventszeit einmal anders gestalten und den wahren Gedanken von Weihnachten in den Mittelpunkt stellen: Zusammenhalt, Mitgefühl und gemeinsames Engagement für eine gute Sache.

Niklas Müller,
Vorstand der FÜR SIE eG



Das RFE-Modell: Sortiment zu Netto-Netto-Preisen

Mit dem Modell der **REWE-FÜR SIE Eigengeschäft**, kurz RFE-Modell, sichern Sie sich als FÜR SIE-Mitglied oder -Kunde den **direkten Zugang** zu einem der attraktivsten Einkaufssysteme im Food-Bereich. Profitieren Sie von rund **200 Streckenlieferanten** sowie dem umfangreichen **Sortiment des REWE-Lagers** – auf Netto-Netto-Preisbasis, die sich sehen lassen kann!

Ein Teil dieser Lieferanten wird über EURELEC abgerechnet. Die dahinterstehende Einkaufskooperation von REWE und E.Leclerc bündelt ein enormes Einkaufsvolumen und erzielt dadurch exklusive **Konditionsvorteile**, die wir gerne an Sie weitergeben. So kaufen Sie besser, effizienter und günstiger ein.

Sie können an das **REWE-Regional-lager** in Ihrer Region **angebunden** werden. Ihre **Bestellung** läuft dabei so einfach wie nie, entweder schnell, transparent und rund um die Uhr über das **FS Kundenportal**, per **elektronischer Schnittstelle** (EDI) oder bequem mit dem **MDE-Gerät**.

Und so starten Sie im Streckengeschäft sofort durch: Lassen Sie sich einfach als **Warenempfänger** der RFE beim **gewünschten Lieferanten hinterlegen**. Dieser beliefert Sie **direkt**. Wir unterstützen Sie gerne bei diesem Schritt.

Ihre Preislisten und Kalkulationsvorlagen finden Sie jederzeit aktuell und übersichtlich im **Kundenportal**. Den passenden Bestellweg stimmen Sie direkt mit dem jeweiligen Lieferanten ab – flexibel, so wie es am besten in Ihren **Betriebsablauf** passt.

Auch die **Abrechnung** gestaltet sich äußerst komfortabel: Sie erhalten Ihre Rechnungen **direkt** über die **FÜR SIE**. Der Einzug erfolgt per SEPA-Lastschrift. Alle Belege stehen Ihnen digital im **Kundenportal** zur Verfügung – transparent, revisionssicher und jederzeit abrufbar. So einfach geht professioneller Einkauf heute – mit dem RFE-Modell: **effizient, preisstark und partnerschaftlich**.

Abgerechnet
wird zum Schluss!
Zwei Modelle –
unzählige
Pluspunkte!

Wirtschaftlich,
partnerschaftlich,
zuverlässig –
das ist unser
Versprechen an Sie.

Einkaufen wie ein Profi

Schnell, smart und zu Top-Konditionen

Unsere Vertragslieferanten sind in unterschiedlichen **Abrechnungsmodellen** bei uns angeschlossen, damit wir Ihnen die jeweils besten Preise bieten können. Kennen Sie die Unterschiede und Vorteile?

Das ZR-Modell:

Mit dem ZR-Modell wickeln FÜR SIE-Mitglieder und -Kunden **alle weiteren Lieferantenbeziehungen** komfortabel und zentral ab.

Und so beziehen Sie Ware über das ZR-Modell: Lassen Sie sich als **Rechnungsempfänger** beim gewünschten **Lieferanten** mit Ihrer FÜR SIE Rechnungs-GLN eintragen. Selbstverständlich helfen wir Ihnen dabei gerne.

Ihre Preislisten und Kalkulationsvorlagen finden Sie jederzeit aktuell und übersichtlich im **Kundenportal**. Den passenden Bestellweg stimmen Sie direkt mit dem jeweiligen Lieferanten ab – flexibel, so wie es am besten in Ihren **Betriebsablauf** passt.

Die **Rechnung** stellt der **Lieferant** aus. Auch hier sind alle Belege selbstverständlich permanent digital im **Kundenportal** abrufbar. So bleiben Sie im Einkauf variabel, sicher und effizient – mit dem ZR-Modell der FÜR SIE.

Für alle Fälle – abgesichert durch die FÜR SIE

Weil kein Kunde wie der andere ist, setzen wir auf **Flexibilität** – so bekommen Sie genau das, was Sie wirklich brauchen, ohne Kompromisse. Eines ist bei beiden Modellen aber **gleich**: Wir fungieren als **Zentralregulierer** und **tragen das Delkrederisiko** gegenüber den Lieferanten. Das bedeutet für Sie: **maximale Sicherheit und einfache Zahlungsabwicklung**.

Bei Fragen steht
Ihnen Ihre Ansprech-
person aus dem
Vertrieb gerne zur
Verfügung.



WER BRINGT DIE BITS & BYTES AUF DEN TISCH?

Die Menschen hinter
Kundenportal
und Co.



Gregor Herwegh

Bereichsleitung IT
Telefon: + 49 (0) 221 16041-330
gregor.herwegh@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Im Alltag treibe ich regelmäßig **Sport**, um Stress abzubauen und um mich fit zu halten. Auch im Urlaub bin ich gerne aktiv: Beim **Skifahren, Wandern oder auf Städtrips** bekomme ich den Kopf frei und sammle neue Eindrücke. Besonders wichtig ist mir ebenso die Zeit mit **Familie und Freunden**. Gemeinsame Erlebnisse, gute Gespräche und einfach mal zusammen lachen – das sind Momente, die wirklich zählen und mir helfen, einen Ausgleich zur Arbeit zu schaffen.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Mir sind die Menschen wichtig, die mich umgeben und begleiten – **Familie und Freunde** stehen ganz klar an erster Stelle. Ich schätze **ehrliche Beziehungen**, in denen man sich aufeinander verlassen kann. Werte wie Integrität, Ehrlichkeit und Verbindlichkeit sind für mich nicht nur im **Job** entscheidend, sondern auch **privat**. Ein **stabiles soziales Netz**, das auf Vertrauen basiert, stellt für mich die Grundlage dar für alles – ob im Team, im Freundeskreis oder in der Familie.

Was motiviert Dich?

Mich motivieren Herausforderungen und die Chance, wirklich **etwas zu bewegen**. Ich arbeite gerne an Themen, die über das Tagesgeschäft hinausgehen und einen Beitrag zum „großen Ganzen“ leisten. Wenn ich merke, dass meine Arbeit einen echten Unterschied macht und ich Teil von etwas bin, das wächst und sich weiterentwickelt, dann bin ich voll dabei.

Wie wichtig ist Dir die Arbeit in einer Genossenschaft?

Sehr wichtig. Ich halte Genossenschaften für eine **äußerst effektive und effiziente Unternehmensform**. Durch meine Arbeit bei der REWE Digital und in der IT bei der FÜR SIE habe ich erlebt, wie unmittelbar sich die Wirkungszusammenhänge der eigenen Arbeit auf das Geschäft der genossenschaftlichen Mitglieder auswirken – und wie ebenso unmittelbar auch die Rückmeldungen der Mitglieder darauf ausfallen. Nur durch dieses **Miteinander** funktioniert die Genossenschaft, das macht sie ständig **besser** und damit nachhaltig erfolgreich.



Jörg Nehr

Projekt- & Portfoliomanagement
Telefon: + 49 (0) 221 16041-334
joerg.nehr@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Natürlich ist da als Erstes meine **Familie** zu nennen. Meine Frau und ich haben eine elfjährige Tochter. Komplettiert wird die Familie durch unsere **Mischlingshündin** Sombra. Ansonsten bin ich als Neusser im **Schützenwesen** aktiv und unterstütze regelmäßig die **Düsseldorfer Fortuna** im Stadion. Wann immer dazwischen Zeit ist, packen wir unsere sieben Sachen und fahren mit unserem **Wohnmobil** mal hier hin und mal da hin.

Was motiviert Dich?

Ich **gestalte gerne** Dinge mit. Das gilt für unterschiedlichste Ebenen und Tätigkeitsfelder. So erarbeite ich gerne Lösungs-ideen für neue Anforderungen an unsere IT-Systeme. Im Privaten bringe ich mich im oben erwähnten Schützenwesen mittlerweile schon seit mehreren Jahrzehnten in unterschiedlichen **Vorstandsfunktionen** ein, und nicht zuletzt war ich gut 20 Jahre **Mitglied der Landessynode** der Evangelischen Kirche im Rheinland.

Was macht für Dich die Arbeit bei der FÜR SIE aus?

Wir arbeiten bei der FÜR SIE in einem spannenden, dynamischen Handelsumfeld mit immer neuen **Herausforderungen**. Da geht es auch schon mal turbulent zu, aber dadurch wird es nie langweilig.

Wie wichtig ist Dir die Arbeit in einer Genossenschaft?

Als Mitarbeiter einer Genossenschaft arbeiten wir jeden Tag für den bestmöglichen **unternehmerischen Erfolg unserer Mitglieder**. Diese übergeordnete Aufgabe empfinde ich als absolut sinnstiftend.

Nadine Junkersdorf

Application Specialist
Telefon: + 49 (0) 221 16041-353
nadine.junkersdorf@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Nach der Arbeit genieße ich die Zeit mit meinem kleinen **Sohn** – das erdet mich und bringt viel Freude. Ich liebe es, die Welt durch seine Augen neu zu entdecken. Außerdem finde ich in **Handarbeiten**, besonders beim Nähen, einen schönen kreativen Ausgleich – vor allem, wenn ich Kleidung oder kleine Projekte für ihn anfertige.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Gesundheit, Familie und Freunde sind für mich die wichtigsten Werte im Leben.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Nach 20 Jahren im Unternehmen steht die FÜR SIE für mich vor allem für **Verlässlichkeit und Beständigkeit**.

Was macht Dir in Deinem Job am meisten Spaß?

An meinem Job gefällt mir besonders die **Abwechslung** – kein Tag ist wie der andere. Auch die Zusammenarbeit mit meinen Kolleginnen und Kollegen macht mir Spaß, wir **unterstützen uns gegenseitig**.



Bild: stoxfoto | www.shutterstock.com



Bild: Henry Czauderna | www.adobestock.com



Jonas Landsmann

Application Specialist
Telefon: + 49 (0) 221 16041-342
jonas.landsmann@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Im Alltag verbringe ich viel Zeit mit meinem **nebenberuflichen Studium**. Als Ausgleich dazu gehören bei mir größere **Wanderungen** zum Wochenendprogramm.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Vor allem meine **Familie**. Anfang 2026 erwarten meine Frau und ich unser erstes Kind und damit viele neue Herausforderungen im Leben.

Was motiviert Dich?

Der großartige **Umgang** im Team miteinander und die vielfältigen **Aufgaben** sind ein starker Motivator.

Was macht Dir in Deinem Job am meisten Spaß?

Am meisten Spaß bereiten mir die **Herausforderungen**, die bei der Anforderungsaufnahme und beim anschließenden Konzept für ein neues Projekt entstehen. Die Frage, wie sich die gewünschten Anforderungen möglichst effizient umsetzen lassen, steht für mich dabei im Mittelpunkt.

Marcus Schachler

Application Specialist
Telefon: + 49 (0) 221 16041-323
marcus.schachler@fuer-sie-eg.de

Was ist Dein Ausgleich zur Arbeit?

Als großer **FC-Fan** schaue ich mir gerne die Spiele in der Fußball-Bundesliga an. Aber ich mag auch lange Spaziergänge in der **Natur**.

Was ist Dir wichtig im Leben?

Familie, Freunde und die Gesundheit natürlich.

Was motiviert Dich?

Die Zusammenarbeit mit unseren **Kunden** und meinen **Kolleginnen und Kollegen**. Es macht mir Spaß, mein Wissen zu teilen und kreative Lösungen zu finden.

Was bedeutet Dir Dein Arbeitgeber?

Die FÜR SIE steht für **Zusammenhalt** und exzellente Teamarbeit. Ich finde es wichtig, dass ich mich mit meinen Kolleginnen und Kollegen gut austauschen und gegenseitig **unterstützen** kann.

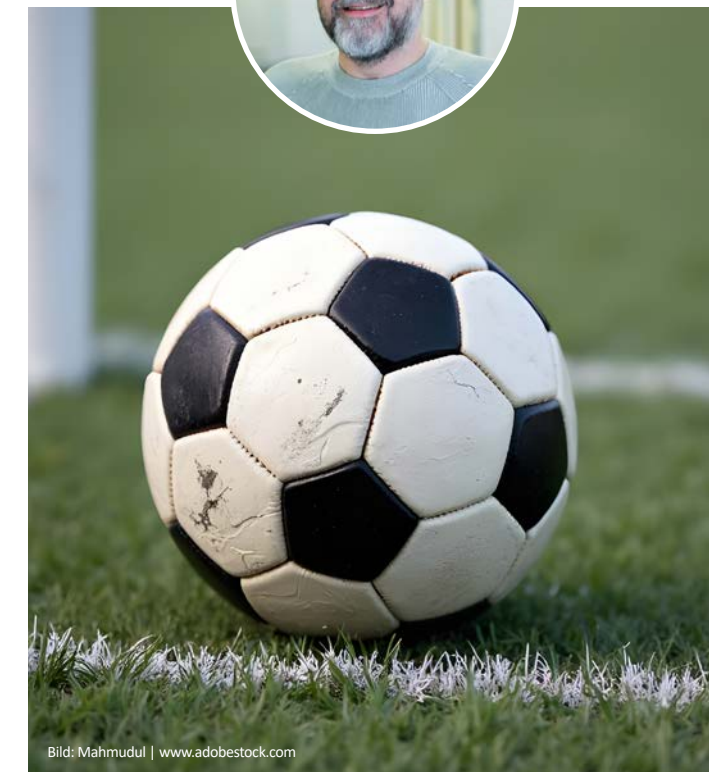


Bild: Mahmudul | www.adobestock.com



Develey Food Service als starker Partner für den Großhandel

Qualität, Regionalität und Innovation – dafür steht Develey, und das schon seit 1845. Der berühmte **süße Senf** legte den **Grundstein** für das Familienunternehmen aus Bayern, das heute **international** agiert. Zu den starken Marken zählen unter anderem Bautz'ner, Löwensenf und Specht, dazu kommen Vertriebsmarken wie TABASCO® und Kikkoman. Die Develey Gruppe **produziert Saucen, Ketchup, Dressings wie auch Feinkostprodukte** – und setzt dabei konsequent auf **Nachhaltigkeit und Verantwortung**.

Seit 2008 verfolgt Develey eine **Nachhaltigkeitsstrategie** mit Substanz – nicht als Trend, sondern als **Haltung**. Der Schwerpunkt liegt auf klimaneutraler Produktion, regionalen Rohstoffen und pflanzlichen Rezepturen. Recyclingfähige Verpackungen und der Verzicht auf Palmöl sind ebenso Teil des Konzepts wie die Produktion von eigenem Grünstrom.

Ein Ziel, drei Säulen: Mensch, Umwelt, Regionalität

Develeys Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf drei Säulen.

Mensch:

Develey legt großen Wert auf **faire Arbeitsbedingungen**, langfristige **Partnerschaften** und **soziale** Verantwortung – intern wie extern.

Umwelt:

Eine **ressourcenschonende** Produktion, **CO₂-Reduktion** durch Technik sowie der Ausbau **regenerativer Energien** stehen im Fokus. Ein Beispiel: Gurkensole aus der Produktion wird als umweltschonender Ersatz für Streusalz genutzt – sogar am Münchener Flughafen.

Regionalität:

Kurze Wege, frische Produkte und starke **Beziehungen** unterstreichen die regionale Note. So kommen die Gur-

Develey
FOOD SERVICE

UNSER ZIEL IST DIE NULL

Nachhaltigkeit ist für uns keine Marketingmaßnahme, sondern Ausdruck unserer Überzeugung, das Richtige zu tun. Wir wollen echte Klimaneutralität – nicht durch Kompensation, sondern durch eigene Leistung.

Geschäftsführer Michael Durach



Nachhaltigkeit mit Substanz

ken für Specht aus Niederbayern und die Senfsaat für Bautz'ner stammt aus der Region rund ums Werk. Auch in **Österreich und Frankreich baut Develey** selbst an – oft zusammen mit Bauern, die seit Jahrzehnten Partner sind.

Grünstrom neu gedacht – und gemeinsam genutzt

Develey setzt auf **eigenen Grünstrom** – und wenn die Sonne mehr liefert, als zeitgleich verbraucht wird, wird der **Überschuss** intelligent verteilt und lässt sich auch **Partnern** zur Verfügung stellen. Die Partner können sich aktiv beteiligen und ihrerseits ihren selbst generierten grünen Strom ins System einspeisen. Mit der Develey Grünstrom-Initiative entsteht so ein **Netzwerk**, das Strom standortübergreifend bündelt und teilt. Das Ziel: Bis Ende 2025 soll der gesamte Bedarf aus **regenerativen Quellen** gedeckt werden.

Ein Teil dieses Netzwerks versorgt künftig sogar **kommunale Einrichtungen** in Unterhaching mit 100 % Ökostrom, darunter Schulen, Kindergärten und das Rathaus – ein starkes Zeichen für **regionale Verantwortung**.

„Wir investieren in zukunftsfähige Technik und bauen unsere Führungsrolle in puncto Nachhaltigkeit weiter aus“, sagt Geschäftsführer Michael Durach. Für Händler der REWE-FÜR SIE bedeutet das: Sie **profitieren indirekt** von Produkten, die mit echtem Ökostrom hergestellt werden – und können sich bei **Interesse** sogar aktiv einklinken.

Strategische Partnerschaft: Develey & REWE-FÜR SIE

Seit Jahrzehnten Zusammenarbeit auf Augenhöhe – Develey arbeitet täglich an **Vorteilen** für seine Partner.

Sortimentsvielfalt:
Nachhaltige Produkte mit klarer Differenzierung charakterisieren das Angebot.

Unabhängiger Mittelständler:
Die energieautarke Produktion sorgt für **Stabilität**.

Positive Wahrnehmung:
Die glaubwürdige Nachhaltigkeit wirkt als **Verkaufsargument** nach.

Vegan & Bio:
Über 80 % des Sortiments sind **pflanzenbasierte Artikel**, die **Bio-Optionen** wachsen stetig. Seit 2016 verzichtet Develey auf Palmöl und setzt auf pflanzliche, regionale und saisonale Zutaten.

Develey zeigt, dass nachhaltiges Wirtschaften und wirtschaftlicher Erfolg Hand in Hand gehen – und dass echter Wandel möglich ist, wenn man ihn konsequent lebt.



URBAN
FRITES!



Vorgewürzt & bereit zum Servieren – ohne Extra-Arbeit in der Küche

Streetfood-Highlight – passt perfekt zu Burgern, Bowls & Winteraktionen

Extra knusprig – bleibt auch bei Lieferung und Standzeit knusprig



JETZT
ENTDECKEN



WEIHNACHTSGRUSS DES VORSTANDES

Frohe Weihnachten!



Die letzten verkaufsstarken Tage des Jahres stehen an. 2025 hat uns alle vor **neue Aufgaben gestellt**, aber auch viele **Chancen eröffnet**. Gerade in bewegten Zeiten wie diesen ist Vertrauen keine Selbstverständlichkeit, sondern stellt die Basis dar, auf die wir bauen.

Umso mehr möchten wir **Ihnen von Herzen danken**: für Ihre Treue, Ihre Offenheit und die partnerschaftliche Zusammenarbeit, die für uns weit mehr bedeutet als ein geschäftliches Verhältnis. Ihre **Zufriedenheit** ist unser **Antrieb** – Tag für Tag. Dass wir zusammen Projekte umsetzen, Ideen weiterentwickeln und Lösungen schaffen konnten, erfüllt uns mit großer Dankbarkeit.

Die bevorstehenden Feiertage markieren eine Zeit des Innehaltens, der Wertschätzung und der gemeinsamen Momente mit den Menschen, die uns wichtig sind. **Wir wünschen Ihnen und Ihren Familien ein frohes und besinnliches Weihnachtsfest, erholsame Feiertage und einen erfolgreichen sowie gesunden Start ins neue Jahr 2026!**

Wir freuen uns darauf, auch im kommenden Jahr wieder mit Ihnen zusammenzuarbeiten – mit frischen Ideen, vollem Einsatz und dem klaren Ziel, **gemeinsam weiter zu wachsen**.

Herzliche Grüße

Dr. Martin Küssner und
Niklas Müller



Bild: KI generiert

Mhhhh ...
Sauer macht
besinnlich!

Vorbereitungszeit 10 Min. | Zubereitungszeit 30 Min. | Kühlzeit 12 Std.

Zutaten für 35 Stück

600 g weiße Kuvertüre
50 g Sahne
40 g Butter
50 g Limoncello
1 Pk. Zitronenabrieb
Weihnachtlicher Streudekor

So geht's

300 Gramm der weißen **Kuvertüre** grob **hacken** und zusammen mit **Sahne und Butter** in eine Schüssel geben. Über einem Wasserbad **schmelzen**. **Zitronenabrieb und Limoncello** hinzufügen und gut miteinander **verrühren**. Schüssel verschließen. Für **mindestens 8 Stunden** im Kühlschrank ruhen lassen (am besten über Nacht).

Nach der **Ruhezeit** die Masse mit einem Handmixer **aufschlagen**. Anschließend mit einem **Spritzbeutel** 35 bis 40 kleine Kugeln formen. Diese für etwa **45 Minuten** in den Kühlschrank geben und aushärten lassen.

Währenddessen die restlichen 300 Gramm der **Kuvertüre** **fein hacken** und langsam über einem Wasserbad **schmelzen** lassen. Nicht zu heiß werden lassen! Die Kugeln aus dem Kühlschrank nehmen und in die geschmolzene Kuvertüre **tauchen**, auf Backpapier geben und mit etwas **Streudekor** berieseln.

SIEHT JA AUS WIE TRÜFFEL!

Fruchtiger Weihnachtsgenuss mit Sommer-Vibes



Bild: Anna Puzatykh | www.adobestock.com

DER PRICKELNDE SOMMER-CHECK-IN

Sommer. Sonne. Gerolsteiner.

Spritziger Genuss –
ob im Liegestuhl am Strand,
bei entspannten Stunden in der
Sauna oder aktiv mit Beats auf
den Ohren: Jetzt teilnehmen,
den Sommer genießen und
Gerolsteiner gewinnen!
Damit Ihr Sommer in 2026
so richtig prickelt!

SO GEHT'S

Rätseln Sie mit und
gewinnen Sie mit etwas Glück einen
von drei Sommer-Artikeln von Gerolsteiner!

Beantworten Sie dafür die Rätselfragen
und setzen Sie das Lösungswort zusammen.
Senden Sie eine E-Mail mit dem Lösungs-
wort, Ihrem Namen und Ihrer Anschrift an:
ganznah@fuer-sie-eg.de
Einsende-Stichwort: „Gewinnspiel“
Einsendeschluss: 15.01.2026

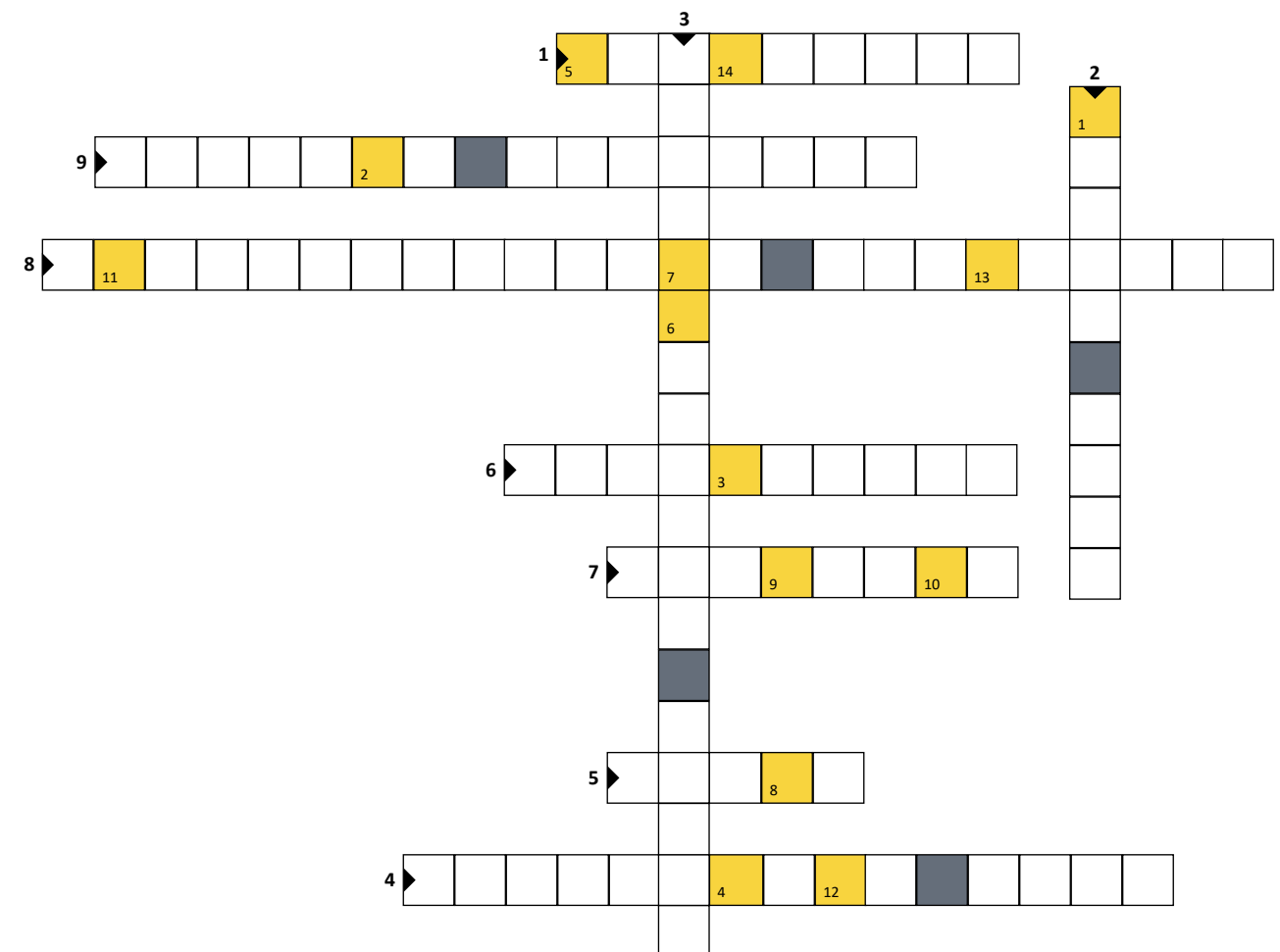
*Ausgenommen von der Teilnahme sind Mitarbeitende
des Unternehmens Gerolsteiner Brunnen
GmbH & Co. KG.



Verpassen Sie nicht Ihre Chance! Teilnahme nur bis 15. Januar 2026

Die Verlosung unter mehreren Einsendungen mit richtiger Lösung erfolgt bis zum 30.01.2026

- 1 Datum der FÜR SIE Messe im nächsten Jahr: 10. ... 2026
- 2 Abteilungsübergreifendes Fachgremium zum Thema Nachhaltigkeit
- 3 Name der neuen FÜR SIE Eigenmarke
- 4 Trend im Nahrungsmittelbereich
- 5 Kölsches Wort für „Kinder“
- 6 Hauptzutat unseres Weihnachtsrezeptes
- 7 Sitz des Mitgliedsunternehmens OSMA Werm GmbH
- 8 TEK ist die Abkürzung für ...?
- 9 Das Wahrzeichen Dresdens



Lösungswort

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----

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.

Milka

UNSERE ZARTE REISE ZU MEHR NACHHALTIGKEIT

IN DEN ALPEN

Mit unserem Engagement für eine nachhaltigere Zukunft der Milchwirtschaft und der Optimierung von CO2-Emissionen bei der Milchproduktion.



IN AFRIKA

Mit Schutz und Wiederaufforstung der Wälder, Schulungsprogrammen für Bäuerinnen und Bauern sowie Förderung von Kakao-Farmgemeinschaften.



...BIS IN
DEINE
HÄNDE!



Für mehr Informationen: 0421 3770 6000 oder mdlz.professional@mdlz.com



Mondelēz
International
PROFESSIONAL

NEU ✨

Pedigree

Entwickelt mit
Tierärzten

DENTASTIX™

LiGHT

**30% weniger
Kalorien***



*30% weniger Kalorien pro Stick
im Vergleich zu DENTASTIX™ Daily Oral Care