

AUSGABE 01 | WINTER 2021

FÜRSIE

GANZNAH

EIN MITGLIEDERMAGAZIN DER FÜR SIE HANDELSGENOSSENSCHAFT EG

SERVUS, SALZBURG!

AUSBlick AUF DIE
59. GENERALVERSAMMLUNG
DER FÜR SIE

RÜCKBLICK
Bericht der
Generalversammlung

MEIN ERSTES JAHR
Walter Steffens
im Interview

25 JAHRE UND MEHR
Interview mit
Heinz-Werner Satter

Grünländer

JETZT MIT **SEHR GUT** RECYCLINGFÄHIGER VERPACKUNG



*Sehr gute Recyclingfähigkeit (19 von 20 Punkten) laut Interseroh (Zertifikat 1875). Mehr Infos unter www.gruenlaender.de/recycling.



PROFESSIONAL

DIE BESONDERS CREMIGE KÄSESAUCE MIT EXTRA HOHEM KÄSEGEHALT!



SCHÖN DAT SE DO SIN!

Wir freuen uns, Sie als Leser*in unseres neuen Corporate Magazins „Ganz nah – ein Mitglieder-magazin der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG“ begrüßen zu dürfen.

Ab jetzt werden wir Sie einmal pro Halbjahr mit den neuesten Informationen der FÜR SIE eG und der Branche versorgen. Ebenso werden wir interessante Fachberichte und Markttrends für Sie bereitstellen.

Worum geht es in dieser Ausgabe? Ungewöhnliche Herausforderungen verlangen nach ungewöhnlichen Maßnahmen. Daher haben wir unsere beliebte Großhandelsmesse im Juni ins Internet verlegt. In der Theorie klingt das machbar – in der Praxis war das hingegen gar nicht so einfach. Am Ende haben wir aber auch dafür einen Weg gefunden. Ab Seite 22 erfahren Sie hierzu mehr.

Was hat uns in 2021 sonst noch beschäftigt? Ein Neankömmling und ein Abschied: Walter Steffens berichtet von seinem ersten Jahr bei der FÜR SIE. Heinz-Werner Satter blickt zurück auf ein Vierteljahrhundert und mehr.

Dies und noch viel mehr erwartet Sie in unserer Erstausgabe „Ganz nah“. Wir wünschen Ihnen eine erste spannende Lektüre unseres Magazins!

Herzliche Grüße

Ihr

Dr. Martin Küssner

Walter Steffens

06 Zahlen. Daten. Fakten.
Über uns

08 Rückblick auf die
58. Generalversammlung
Bericht über die Generalversammlung 2021

10 Servus, Salzburg!
Ausblick auf die
59. Generalversammlung der FÜR SIE

24 Rückblick
Virtuelle Messe

26 Einfach bedient!
Das neue Kundenportal

30 Ein Mitglied der FÜR SIE eG
stellt sich vor
C+C Oberallgäu Lang-Steudler GmbH

34 Fachbericht Food-Trends
Emotionale Genussmomente

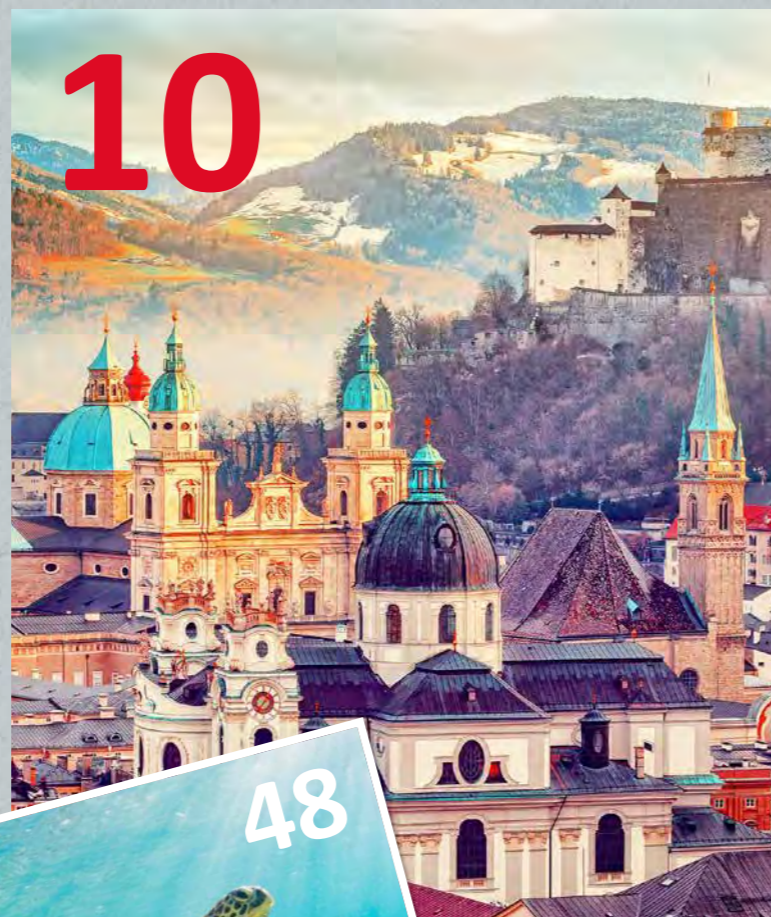
36 Mein erstes Jahr bei der FÜR SIE eG
Walter Steffens im Interview

38 Das dürfen Sie nicht verpassen!
Eventkalender 2022

40 Ein Vierteljahrhundert und mehr
Exklusives Interview mit
Heinz-Werner Satter

44 Neues aus der COIFFEUR
Vertriebs GmbH
Alles für die Hairgötter

46 Lieferantenporträt
Bacardi



26

06

24

30

34



48 Feel Good
Single Use Plastics

52 Fachbericht Drink-Trends
Urban Drinks

54 Mitgliederzugehörigkeit
FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG

56 Pfandclearing
Abwicklung der manuellen
Rücknahme von Einwegleergut

58 Unser Vertrieb
Wir stellen uns vor

65 Weihnachtsgruß des Vorstandes
Mein Lieblingsrezept zur
Weihnachtszeit

71 Ganz nah Ausblick

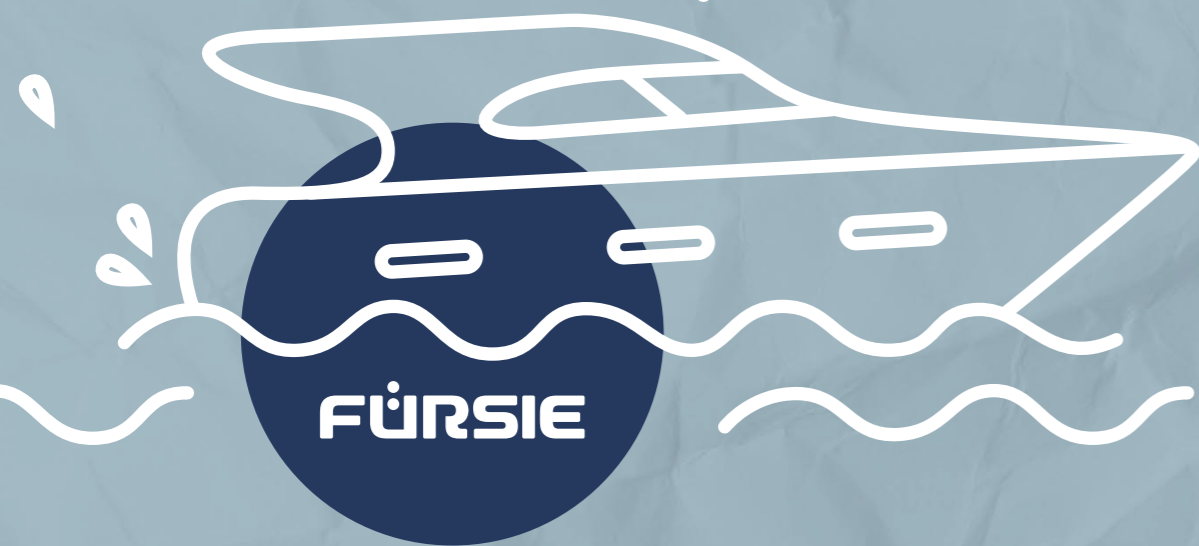
72 Impressum

INHALT

Zahlen. Daten. Fakten.

Über uns

Mit uns volle Kraft voraus!
Wir nutzen jede Welle
für mehr Antrieb.



1. Umsatzwachstum

Trotz extremer Widrigkeiten durch Corona konnte der Umsatz der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG gegenüber dem Vorjahreswert um weitere **2,0 %** auf **2,46 Mrd. € netto** gesteigert werden.



2. Neue Mitglieder an Bord

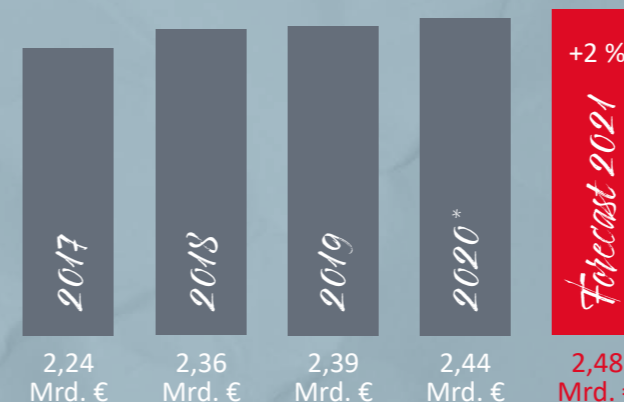
22 neue Mitglieder FÜR SIE eG
5 neue FÜR SIE Direkt-Kunden
37 neue ZR-Partner FÜR SIE ZR GmbH

3. Jahresüberschuss

Der Jahresüberschuss vor Steuern aller Konzerngesellschaften lag bei **0,9 Mio. €** und damit rund **0,6 Mio. €** über dem Vorjahr.

4. Gesamtumsatz

FÜR SIE Zentralregulierung inkl. LHV



*nach Konditionsfolding

5. Rekordumsatz im September 2021

Im Bereich Food – Non Food verzeichnete die FÜR SIE mit **45 Mio. €** einen Umsatzrekord seit der Einführung des EURO in 2002.

6. Neuer Aufsichtsratsvorsitzender

Im Rahmen der 58. Generalversammlung wurde Herr Bernd Christiansen zum neuen Vorsitzenden des Aufsichtsrates gewählt. Heinz-Werner Satter legt sein Amt im Aufsichtsrat nach **26 Jahren** nieder.



Rückblick auf die General- versammlung 58.

Bericht über die Generalversammlung 2021

Die FÜR SIE Handelsgruppe erzielte für 2020 – trotz der durch die Covid-19-Pandemie bedingten wirtschaftlichen Herausforderungen – einen Rekordumsatz.

Am 20. Oktober 2021 fand die Generalversammlung der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food, wie auch schon im Vorjahr, in Hürth bei Köln statt.

Der Umsatz der Handelsgenossenschaft konnte nach dem Rekordjahr 2019 im Jahr 2020 – trotz extremer Widrigkeiten durch Corona – gegenüber dem Vorjahreswert um weitere **2,0 % auf 2,46 Mrd. € netto** gesteigert werden. Diese **Wachstumssteigerung** wurde überwiegend durch eine gute Geschäftsentwicklung im Getränkebereich erzielt. Aber auch die Bereiche Onlinehandel, Exporthandel und Lebensmitteleinzelhandel haben spürbar zum Jahresgeschäftsergebnis der FÜR SIE eG beigetragen, durch die Neugewinnung von Anschlusshäusern sowie die Ausweitung des Bestandskundengeschäfts mit deutlich zweistelligen Umsatzzuwachsraten. Von den Folgen der Einschränkungen

im Zuge der Covid-19-Pandemie wurde vor allem der Großverbraucherzustell-Großhandel hart getroffen.

Der **Jahresüberschuss** vor Steuern aller Konzerngesellschaften lag bei **0,9 Mio. €** und damit rund 0,6 Mio. € über dem des Vorjahres. Die FÜR SIE investiert weiter in die Stärkung des IT-Bereichs: Im Rahmen eines beachtlichen Modernisierungsprogramms sind von 2018 bis 2023 Investitionen in Höhe von 20 Mio. € geplant.

Der Fokus des Geschäftsjahres 2020 lag auf der Unterstützung der Kund*innen und Mitglieder, die besonders betroffen waren von den Regelungen und Einschränkungen, die von der Bundesregierung im Zuge der Lockdown-Phasen auferlegt wurden.

Zugleich konnten auch weiterhin durch erfolgreiche Akquisitionsaktivitäten weitere **Neukund*in-**

nen und Mitglieder gewonnen werden.

Forciert wurden ebenso der Aufbau des Vermarktungseinkaufs für den Großverbraucherbereich und das „Going-Live“ des Kundenbindungsprogramms PAYBACK, welches für die Getränkemarkt-Kund*innen der GVG im Juli 2020 erfolgreich gestartet wurde.

„Das Jahr 2020 stellte uns und unsere Mitglieder vor große Herausforderungen. In den allermeisten Fällen konnten unsere Mitglieder diese Herausforderungen mit großem Engagement erfolgreich meistern. Die Entwicklung des Jahres 2021 zeigt, dass wir die Folgen der Corona-Pandemie absehbar meistern werden. Wir werden als Verbundgruppe weiter unseren Beitrag dazu leisten – dies entspricht unserem Verständnis als Genossenschaft.“, so Herr Dr. Küssner, Vorstandssprecher der FÜR SIE eG.



Im Rahmen seiner letzten Generalversammlung wurde der Aufsichtsratsvorsitzende **Heinz-Werner Satter in den Ruhestand** verabschiedet; zum neuen Aufsichtsratsvorsitzenden wurde Bernd Christiansen gewählt. Zahlreiche Weggefährten gratulierten Herrn Satter persönlich oder in Video-Botschaften zu seinem langjährigen und erfolgreichen Engagement für die FÜR SIE-Handelsgruppe.

Unter dem Dach der FÜR SIE haben sich 210 Mitgliedsunternehmen aus den unterschiedlichen Sparten des deutschen Handels zusammengeschlossen. Gemeinsam erzielen sie wichtige Wettbewerbsvorteile, ohne ihre unternehmerische Selbstständigkeit aufzugeben. Neben der Übernahme von Delkrede und Zentralregulierung

Bernd Christiansen

Wir gratulieren **Herrn Bernd Christiansen**, Geschäftsführer der HoWi Holding GmbH, zu seinem neuen Amt als **Aufsichtsratsvorsitzender** der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food und wünschen ihm für diese Herausforderung viel Erfolg.

Herr Michael Lang-Stuedler wurde in den **Aufsichtsrat** gewählt. Er ist 2007 als Diplom-Betriebswirt in den elterlichen Betrieb C+C Oberallgäu Lang-Stuedler GmbH in Blaichach eingestiegen. Bis 2013 war Herr Lang-Stuedler als Prokurist und seitdem auch als Geschäftsführer tätig.

Mehr zur C+C Oberallgäu Lang-Stuedler GmbH finden Sie im Interview mit Herrn Michael Lang-Stuedler auf Seite 28.



bietet die FÜR SIE ihren Mitgliedern Zugriff auf das Sortiment von 4.300 Vertragslieferanten sowie zahlreiche Dienstleistungen aus den Bereichen Logistik, IT und Marketing. Hierbei profitieren die FÜR SIE eG und ihre Mitgliedsunternehmen von der seit vielen Jahren erfolgreich bestehenden Kooperation mit der REWE Group.



Mehr Informationen in der nächsten Ausgabe!

Servus Salzburg!

*Schon
genusst?*

1

CAFÉ TOMASELLI

In Salzburg befindet sich das Kaffeehaus Tomaselli, das **älteste Café in ganz Österreich**. Nicht nur die geschmackvolle Inneneinrichtung ist einen Besuch wert, sondern auch die Kuchentheke lässt keine Wünsche offen.

2

EINES DER ÄLTESTEN ERZBISTÜMER

Im Jahr 798 wurde Salzburg zum Erzbistum und ist somit eines der **ältesten Erzbistümer der Welt**. Die Altstadt mit den historischen Bauten des einstigen Fürsterzbistums wurde 1996 zum **UNESCO-Weltkulturerbe** erklärt.

3

FESTUNG HOHENSALZBURG

Die Festung Hohensalzburg ist eine **der größten Burganlagen Europas**. Entstanden ist sie seit dem 11. Jahrhundert und verzeichnet mehr als eine Million Besuchern pro Jahr. Die Festung ermöglicht einen wunderschönen Ausblick über die Stadt.

4

SALZGEWINNUNG

Das „weiße Gold“, dem Salzburg seinen Namen und Reichtum verdankt, spielt heute keine große wirtschaftliche Rolle mehr. Im Jahr 1989 endete die **Tradition der Salzburger Salzgewinnung** mit der Schließung der Halleiner Saline.

5

MACHT DER ERZBISCHÖFE

Mehr als hundert kunstvolle **Kirchen, Schlösser und Paläste** zeugen noch heute von der Macht der Erzbischöfe.





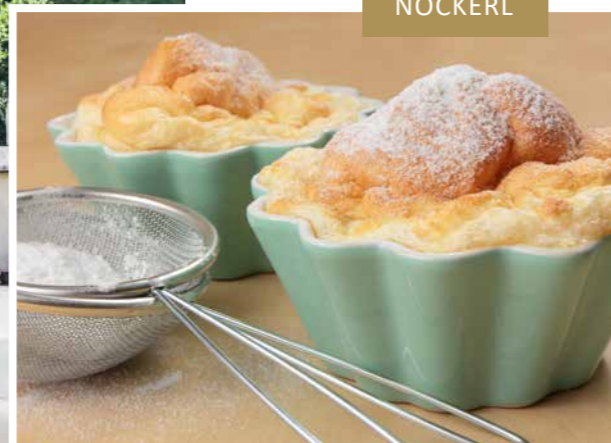
Ausblick AUF DIE 59. Generalversammlung DER FÜR SIE

Das Ziel der **59. Generalversammlung** der FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG Food – Non Food ist **Salzburg**. Am Fuß der Ostalpen begrüßt uns der Geburtsort von Mozart zu unserer kommenden Generalversammlung und hält für alle Teilnehmer*innen ein spannendes Programm bereit. Die Schönheit der Stadt Salzburg liegt in ihren vielen Gesichtern.

Tauchen Sie mit uns ein in die vielen Facetten der weltberühmten UNESCO-Stadt und lernen Sie Salzburg von seiner charmanten, historischen und kulturellen Seite kennen!



FESTUNG HOHENSALZBURG



NOCKERL



MIRABELLENGARTEN

Das muss man in Salzburg erlebt haben!

EIN BESUCH IM MIRABELLENGARTEN

Das **Schloss Mirabell** wurde bereits 1606 von Fürst-erzbischof Wolf Dietrich für seine Geliebte Salome Alt errichtet. Heute sind hier die Amtsräume des Salzburger Bürgermeisters und der Stadtverwaltung untergebracht. Durch den barocken Lustgarten mitten in der Stadt kann man wie eh und je herrlich flanieren.

Die Highlights des Gartens stellen der Pegasusbrunnen, die Große Fontäne sowie eines der ältesten Heckentheater nördlich der Alpen dar. Ebenfalls ganz entzückend sind der älteste Zwergengarten Europas, der Rosengarten und das Palmenhaus in der ehemaligen Orangerie. Außerdem bietet der Garten einen traumhaften Blick auf die Festung Hohensalzburg, die hoch über der Stadt thront.

AUSBlick GENIESSEN VON DER FESTUNG HOHENSALZBURG

Hoch über der Stadt Salzburg erhebt sich die Festung Hohensalzburg, **eine der größten Burgenanlagen Europas** und die größte vollständig erhaltene Burg Mitteleuropas. Die Burganlage aus dem 11. Jahrhundert gewährt einen Einblick in die Baugeschichte der riesigen Wehranlage und man kann die prunkvollen Fürstenzimmer erkunden.

Doch die Krönung ist wohl der Ausblick, den man von der Festung aus erlebt: Oben angekommen – ob zu Fuß oder mit der Festungsbahn – offenbart sich einem ein 360-Grad-Panoramablick über die Dächer von Salzburg.

EINE ORIGINAL MOZARTKUGEL ESSEN

Mozartkugeln gibt es viele, doch die einzig wahre **original Salzburger Mozartkugel** gibt es in der Konditorei Fürst.

Bei Fürst werden die kleinen runden Köstlichkeiten aus Marzipan mit Pistazien, Nougat und dunkler Schokolade seit mehr als 125 Jahren hergestellt. Doch nicht nur die Kugeln an sich werden bis heute in Handarbeit hergestellt, sie werden am Ende des Herstellungsprozesses auch nach wie vor von Hand in die typische blau-silberne Stanniolfolie gewickelt. Rund 2,75 Millionen der hausgemachten Mozartkugeln werden so pro Jahr von Fürst produziert.

SPAZIERGANG DURCH DIE GETREIDEGASSE

Inmitten der mittelalterlichen Altstadt von Salzburg befindet sich die **berühmte Getreidegasse**, die zu den wohl schönsten Einkaufsmeilen der Welt zählt. Neben bekannten Modelabels findet man hier auch trendige Jung-Designer sowie kleine Läden und klassische Manufakturen vor, die noch heute alte Salzburger Traditionen aufrechterhalten.

Hier steht auch das **Geburtshaus von Wolfgang Amadeus Mozart**, Salzburgs berühmtesten Sohn, das bei einer Reise nach Salzburg natürlich besichtigt werden sollte.

SALZBURGER NOCKERLN PROBIEREN

Die wohl **berühmteste Süßspeise Salzburgs** sind die Salzburger Nockerln, ein pyramidenförmiges Soufflé. Drei imposante Berge aus Zuckerschäum, goldbraun gebacken, manchmal mit Preiselbeeren oder Himbeermark als „Untergrund“ kommen auf den Tisch.

Diese „Hügel“ symbolisieren die drei Salzburger Hausberge, die prägend für die geografische Lage der Stadt sind: Mönchsberg, Kapuzinerberg und Gaisberg. Die echten Salzburger Stadt-Nockerln können Sie zum Beispiel im „S'Nockerl im Elefant“ essen, nur einen Steinwurf entfernt von Mozarts Geburtshaus inmitten der Salzburger Altstadt.

MOZARTKUGEL



Donnerstag, 02. Juni 2022



LUXUSHOTEL SCHLOSS FUSCHL

Nur 25 Autominuten von Salzburg entfernt, im Herzen der malerischen Region Salzkammergut, liegt der **Veranstaltungsort** unserer

59. Generalversammlung!

Idyllisch am Fuschlsee gelegen, ist das **Schlosshotel Fuschl** ein bezaubernder Veranstaltungsort für unsere Generalversammlung. Rund um unsere Tagung bietet das Hotel ebenso Erholung und Entspannung in einer außergewöhnlichen Naturlandschaft. Tauchen Sie mit uns ein in die Welt der Schlösser und Seen und lassen Sie sich von der „Sissi-Romantik“ im Schloss Fuschl verzaubern!



PROGRAMM FÜR
TAGUNGSTEILNEHMER

14:00 bis 18:00 Uhr
59. Generalversammlung der
FÜR SIE Handelsgenossenschaft eG
Food – Non Food

K. U. L. T.
Brunnfeldstraße 2
5322 Hof bei Salzburg



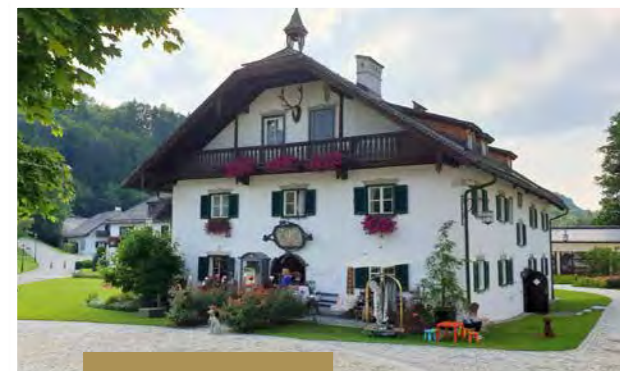


PROGRAMM FÜR
ALLE BEGLEITPERSONEN

WANDERUNG FUSCHLSEE



Option 1
AKTIV RUND UM DEN
FUSCHLSEE



KAISERIN SISSI

Option 2
AUF DEN SPUREN VON SISSI



An
Guadn!
😊

REGIONALES BBQ UND

Get-together

ANSITZ WARTENFELS



BBQ-Party

Ab 19:00 Uhr
Am Abend des ersten Tages
erwartet Sie ein **regionales BBQ** in
wundervoller Atmosphäre, die zum
Networking und Austausch einlädt.
Eingebettet zwischen Mondsee und
Fuschlsee liegt das herrschaftliche
Anwesen „Anstutz Wartenfels“ vor
einer traumhaften Kulisse.



Freitag, 03. Juni 2022

ALS TAGESPROGRAMM FÜR ALLE
VERANSTALTUNGSTEILNEHMER*INNEN

Für den Freitag stehen Ihnen
verschiedene unterhaltsame
Programmoptionen offen,
aus denen Sie nach Ihren
Vorlieben ein Erlebnis wählen
können.

Wir freuen uns über Ihre
Teilnahme!

OLDTIMERFAHRT



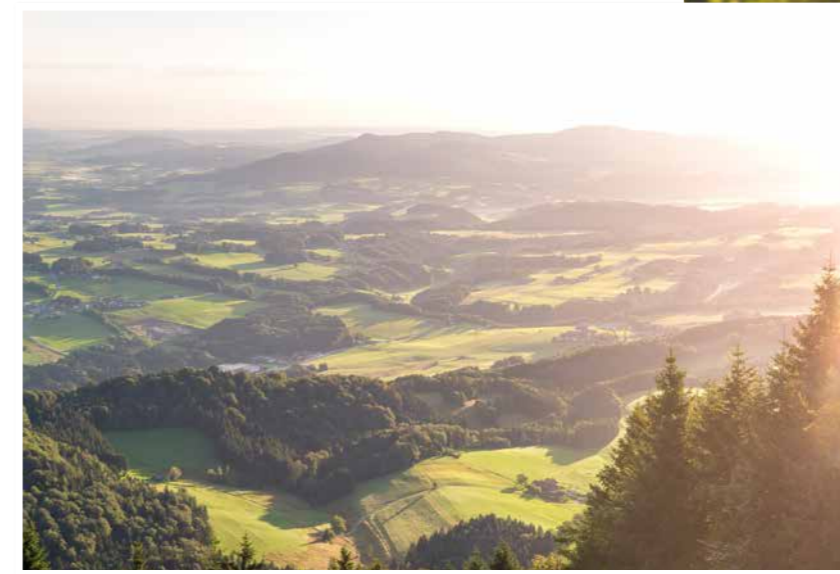
Option 1 OLDTIMERFAHRT



STADTFÜHRUNG

Option 2 TOP OF SALZBURG

Option 3 ABENTEUER GAISBERG



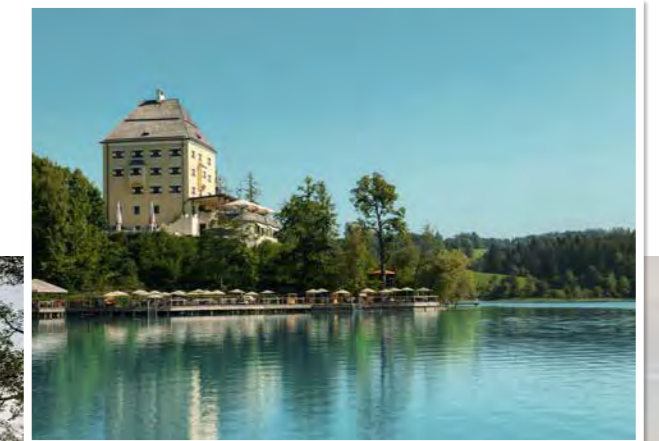
WANDERUNG GAISBERG



Eventuelle Anpassungen, insbesondere aufgrund
einer Veränderung der pandemischen Lage oder der
behördlichen Anordnungen, behalten wir uns vor.

Option 4 REISE DURCHS HOTEL

SEELE BAUMELN LASSEN





An
Guadn!
😊

Abendprogramm

GEHOBENER, ÖSTERREICHISCHER
ABEND IN DER SCHLOSS REMISE



Samstag, 04. Juni 2022

Check-out und organisierte Transfers bis 12.00 Uhr
zum Flughafen oder individuelle Abreise



Ciaooooo, Salzburg!



Der Hüttenklassiker

Salzburger Kaiserschmarrn

Zutaten

8	Eier
240 g	glattes Mehl
5 EL	Zucker
0,5 l	Milch
60 g	Rosinen
1 EL	Vanillezucker
1 EL	Rum
1 Prise	Salz
100 g	Butter zum Backen
	Puderzucker zum Bestreuen
	Apfelmus

Zubereitung

Die Rosinen vorab in Rum marinieren, sodass diese aromatischer werden. Die Eier trennen. Milch, Eidotter, Vanillezucker und Mehl glatt rühren. Eiklar, Zucker und Salz zu festem Schnee schlagen und unter den Teig mengen. Die Butter in einer flachen Pfanne erhitzen und die Masse einlaufen lassen. Schließlich die Rosinen in die Pfanne geben. Den Teig anbacken lassen, wenden und im vorgeheizten Rohr fertig backen. Zuletzt den Kaiserschmarrn mit zwei Gabeln in feine Stücke reißen, mit Puderzucker bestreuen und frisch mit Apfelmus servieren. Da kommt doch Hütten-Feeling auf!

Sie wollen noch mehr Genussmomente? Dann werfen Sie einen Blick in unser neues Magazin **GENUSSMOMENTE!** Hier finden alle Genießer*innen tolle Produkte, spannende Fakten und leckere Rezepte.



Kneipp

Glück, das wirkt

Zeit.

DAS SCHÖNSTE GESCHENK.

**TIEFENENTSPANNUNG, AUSZEIT
ODER EINFACH WOHLFÜHLEN**

Kneipp Bäder, das perfekte Geschenk für alle, die mal abtauchen wollen. Mehr Impulse für Momente des Glücks unter kneipp.world/baden





Rückblick VIRTUELLE MESSE

08. und 09. Juni 2021



Es ist kein Geheimnis, dass die **Corona-Pandemie** in den letzten zwei Jahren sehr vieles verändert hat. Im Sommer 2020 stand die FÜR SIE daher – wie viele andere Unternehmen auch – vor der Frage, wie wir mit dem Thema Messe im kommenden Jahr umgehen sollen: absagen, verschieben oder auf das Beste hoffen und eine Präsenzmesse planen? Wir haben uns auf neue Pfade gewagt und uns für eine **virtuelle Warenbörse** entschieden. Mit Erfolg!

Neben dem derzeit vorrangigen Gesundheitsaspekt ist bei dieser neuen Veranstaltungsart die **Standortunabhängigkeit** der wohl größte Vorteil. Jede*r kann bequem aus dem heimischen Büro oder von zu Hause aus an der Messe teilnehmen, ohne Reisezeit und -kosten investieren zu müssen. Einer der größten Motivatoren, eine Messe zu besuchen, ist für viele jedoch das **Networking**. Uns beschäftigte somit die zentrale Frage, wie

man diese persönliche Ebene in eine sterile, virtuelle Welt transportiert. Wie schafft man es, aus einer vermeintlich anonymen Online-Plattform eine **lebendige Veranstaltung** zu kreieren, auf der nicht nur Bestellungen getätigt, sondern auch gute Gespräche geführt und Produkte getestet werden können?

Der Schlüssel zum Erfolg war für uns der **Wiedererkennungswert**. Der Aufbau unserer Veranstal-



46 Artikel in der Hello Messe Box



60 Lieferanten

70 % des Umsatzes einer Präsenzmesse

tung orientierte sich daher an unseren Präsenzmessen und bestand wie gewohnt aus einem Messegelände, einem Informationsstand der FÜR SIE und einer Messehalle mit gebrandeten Industrieständen. Allen Aussteller*innen war es zudem möglich, ihren **Messestand** in weiten Teilen zu **personalisieren**. An den individuell gestalteten Ständen war dadurch auf den ersten Blick klar, um welchen Aussteller es sich handelt. Einzelne Elemente wie die Video-Screens und Roll-ups waren zudem klickbar, sodass der neueste Imagefilm oder die aktuelle Broschüre sofort abrufbar waren. Aber auch das **Networking** kam nicht zu kurz: Als Standbesetzung war jeder Lieferant über einen personalisierten Avatar vertreten, der den jeweiligen Ansprechpartner*innen anhand eines Fotos nachempfunden wurde. Besucher konnten so

auch in der virtuellen Welt die jeweiligen Vertriebler*innen auf einen Blick wiedererkennen. Durch ein **professionelles Kommunikationstool** stand unseren Kund*innen zudem die Option offen, via Chat oder Video-Telefonie mit den 60 anwesenden Lieferanten in Kontakt zu treten, um so die Geschäftsbeziehungen zu pflegen.

Nun fragen Sie sich vielleicht: Wie kann man in diesem Kontext Produkte testen? Allen Teilnehmer*innen ging vorab eine „**Hello Messe Box**“ auf dem Postweg zu. Dieses Überraschungspaket enthielt neben umfangreichen Informationen zu Artikelneuheiten auch eine Vielzahl an **Produktmustern**, um diese zu Hause auszuprobieren und zu genießen.

Das Konzept aus digitaler Messe und haptischer „Hello Messe Box“ ist aufgegangen: Trotz der

fehlenden körperlichen Präsenz ist das virtuelle Messeformat von allen Beteiligten gut angenommen worden.

Ob sich digitale Veranstaltungen auch nach der Corona-Pandemie durchsetzen werden, wird die Zukunft zeigen. Bis dahin freuen wir uns aber erst einmal darauf, Sie im kommenden Jahr am **29. September 2022** bei unserer **Präsenzmesse** in Köln begrüßen zu dürfen.



EINFACH BEDIENT! DAS NEUE KUNDENPORTAL

Seit dem Sommer ist sie nun da: die neue Version unseres Kundenportals.

Einfach
und intuitiv.
Entwickelt
FÜR SIE.



Bis zum Sommer 2021 war es notwendig, zwischen zwei Portalen hin und her zu springen: dem Kundenportal, mit allen Themen rund um das Ordersatz-Geschäft der RFE, und dem FÜR SIE NET, um Informationen zu ZR-Lieferanten abzurufen oder Belege zu recherchieren. Nun sind **alle wichtigen Informationen an einem Ort** für Sie einsehbar. Doch was ist neu und wo finde ich was?

Um Ihre gewünschte Funktion auszuwählen, haben wir im neuen Kundenportal alle wesentlichen Funktionen in einem **übersichtlichen Menü** hinterlegt und zusammengefasst. Damit Sie alles schnell auffinden, ist das Menü in folgende neue Hauptpunkte untergliedert: Aktuelles, Lieferanten, Archiv, Statistiken und Belege.

Hierbei hat der Bereich **Lieferanten** die größte Umstrukturierung erfahren. Unter diesem Menüpunkt haben wir alle lieferantenbezogenen Themen übersichtlich aufgelistet. Hierzu zählen Stammdaten, Logistikinformationen, TSA-Konditionen, Preisankündigungen und Ordersätze.



Im neuen Kundenportal geben Sie nur noch den Namen oder die Vertragslieferanten-Nummer in die Suchleiste ein und sofort erscheinen alle Informationen in fünf klar strukturierten Registerkarten. Wenn Sie beispielsweise die Registerkarte „Ordersätze“ öffnen, können Sie wie gewohnt Ihre Aufträge platzieren.

Der Menüpunkt **Archiv** ist Ihnen bereits aus dem bisherigen Kundenportal bekannt, ebenso wie die Funktionen RFE Artikelsuche, Ordersatzarchiv, Änderungsmitteilungen und Auftragsarchiv. Gänzlich neu ist die Reklamationsübersicht: Um zu dieser zu gelangen, mussten Sie bisher im FÜR SIE NET die RFE als Lieferanten über den „Konditionenschnelleinstieg“ aufrufen. Dies gelingt nun viel einfacher.

Unter dem Menüpunkt **Belege** sind alle Belegarten eingeordnet, etwa die Tagessammelaufstel-

lung, Rechnungsbelege oder offene Posten. Im FÜR SIE NET waren all diese Felder im Konditionsmanager angesiedelt.

Den letzten Punkt **Statistik** haben wir vor dem Umzug in das neue Kundenportal etwas aufgefrischt. Sie benötigen jetzt nur noch einen einzigen Bericht zur Anzeige aller Vergütungen, denn in der Vergütungsstatistik finden Sie nun auch alle Informationen aus dem FÜR SIE NET-Bericht „Quartalsvergütung“. Die Auswertungen „Umsatz RFE“ haben den Namen gewechselt: Unter dem neuen Titel „Umsatzberichte“ sind wie gehabt alle notwendigen Informationen zum Umsatz Ihres Unternehmens schnell erfassbar.

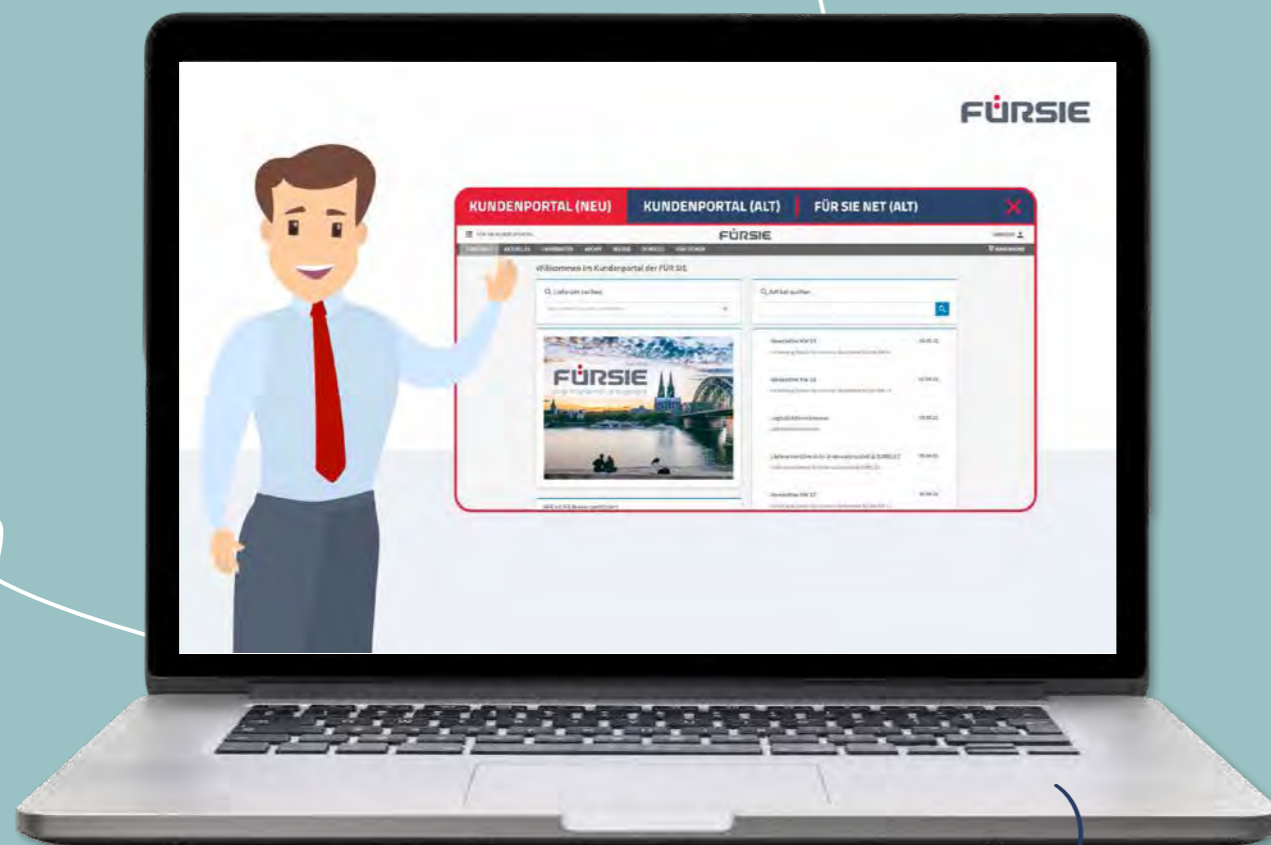
Sie haben Fragen, Ideen oder Anregungen zu den neuen Funktionen? Unsere Vertriebsmitarbeiter*innen helfen Ihnen gerne weiter.

WIE**KANN ICH MICH ANMELDEN?**

Sie erreichen das Kundenportal wie gewohnt unter diesem Link: portal.fuer-sie-eg.de. Ihre **bisherigen Login-Daten bleiben unverändert gültig**. Sollten Sie Probleme bei der Anmeldung haben oder noch keine Zugangsdaten für das Kundenportal besitzen, melden Sie sich bitte bei Ihrem*Ihrer zuständigen Vertriebsmitarbeiter*in.

WO**FINDE ICH DIE INFORMATIONEN ZUM LAGERGESCHÄFT?**

Wenn Sie im Warenbezug an unser Lagergeschäft angeschlossen sind, haben Sie dieses bisher unter VL 5044 gefunden. Neu finden Sie dieses unter **VL 3054**.

**WIE****KANN ICH LIEFERBEDINGUNGEN UND LOGISTIKSTAFFELN ABRUFEN?**

Bisher war dies über die VL-Nummer 5997 möglich, nun bekommen Sie alle Informationen zu den Liefervoraussetzungen und die gültigen Logistikstaffeln schnell präsentiert: bei den Stammdaten unter dem **Menüpunkt „Lieferanten“**.

WO**GIBT ES EINE AUSFÜHRLICHE ANLEITUNG?**

Schauen Sie sich gerne unter folgendem Link unser hilfreiches Video-Tutorial mit allen Neuerungen an:
<https://youtu.be/9518l-dLPy0>

From Miami to Germany:

Die am schnellsten wachsende Energy-Drink-Marke der USA!*

bang[®]

ENERGY DRINK



RAINBOW UNICORN

PEACH MANGO

STAR BLAST

WYLDIN WATERMELON



Jetzt durchstarten mit
CLEAN ENERGY!

- ✓ Ohne Zucker
- ✓ Ohne Kalorien
- ✓ Ohne Kohlenhydrate
- ✓ Natürliches Koffein
- ✓ BCAAs & B-Vitamine
- ✓ Vegan

 [BANGENERGY.GERMANY](https://www.instagram.com/bangenergy.germany)

BEZUGSQUELLE:

OeTTINGER Brauerei GmbH • Brauhausstraße 8 • 86732 Oettingen
Tel.: 09082 708-338 • mail@oettinger-bier.de • www.oettinger-bier.de

EIN MITGLIED DER FÜR SIE EG STELLT SICH VOR

C+C Oberallgäu
Lang-Stuedler GmbH

Unternehmer
mit **Familien-**
tradition

Die C+C Oberallgäu Lang-Stuedler GmbH ist nicht nur seit **mehr als 40 Jahren ein Mitglied der FÜR SIE eG**, sondern auch eines der wenigen großen **Familienunternehmen** in Deutschland. In den letzten 50 Jahren hat sich der Betrieb von einem Süßwaren- und Spirituosen-Großhandel zu einem breit aufgestellten Großhändler mit hochmodernem Einkaufszentrum und einem professionellen Lieferservice entwickelt.

Mittlerweile versorgt die dritte Generation der Familie Lang-Stuedler Gastronomen und Großverbraucher aus dem Oberallgäu zuverlässig mit über **25.000 Artikeln** aus dem Food- und dem Non-Food-Bereich. Das vielfältige Produktsortiment umfasst alles, was in einer **Profiküche** gebraucht wird.

Das Unternehmen beschäftigt circa 120 Mitarbeiter*innen und hat insgesamt 20 Lkw sowie drei Kühlkombis im Einsatz, um neben einem der modernsten C+C Abholmärkte auch einen zuverlässigen **Lieferservice** aus dem hauseigenen, leistungsstarken Logistikzentrum anbieten zu können.

Michael Lang-Stuedler führt das Unternehmen nun in **dritter Generation**. Ihm haben wir einige Fragen zu seiner Mission und den Visionen für die Zukunft gestellt:



Seit der Gründung im Jahr 1968 ist C+C Oberallgäu kontinuierlich gewachsen und hat sich stets weiterentwickelt, um Kundenwünschen bestmöglich Folge zu leisten. **Welche Weiterentwicklungen** haben Sie für die kommenden Jahre geplant und welche Entwicklungen werden aus Ihrer Sicht in Zukunft eine große Rolle spielen?

Aktuell ist die **Weiterentwicklung unseres Online-Shops** ein großes Thema. Zwar betreiben wir bereits einen Online-Shop seit vielen Jahren sehr erfolgreich, dennoch haben sich die Anforderungen der Kund*innen auch hier stetig weiterentwickelt. Diesen möchten und müssen wir auch weiterhin gerecht werden. Die Digitalisierung hat aktuell bereits eine hohe Bedeutung. Diese wird in Zukunft auch aufgrund des aktuellen Arbeitskräftemangels immer mehr werden.

Sie bieten Ihren Kund*innen nicht nur einen professionellen Lieferservice, sondern auch einen Abholservice. Der **Abholservice** ist jedoch nicht in einer schlichten Verkaufshalle angesiedelt, sondern findet in einem modernen Einkaufszentrum nach dem Cash-and-Carry-Prinzip statt. Können Sie uns etwas mehr über die Besonderheiten erzählen?

Wir hatten hier glücklicherweise die Möglichkeit, in 2013 – im Rahmen des Firmenumzugs von Sonthofen nach Blaichach – einen völlig neuen Abholmärkte zu errichten. Wichtig war uns hierbei, die Benchmark zu suchen und uns gleichzeitig von den „klassischen Wettbewerbern“ abzuheben. Uns ist es damals gelungen, gemeinsam mit unseren Architekten einen ansprechenden Bau zu verwirklichen. Bereits bei der Anfahrt auf das Firmengebäude zu erkennen ist beispielsweise ein in die Fensterfronten geformtes „C+C“. Die Parkplatzüberdachung sollte ein „Hingucker“ werden und kein „einfaches Wellblechdach“ sein. Auch bei der optischen Gestaltung im Inneren, zum Beispiel bei Raumhöhen, Farbwahl, Lichtwahl, wurden viele Aspekte bedacht, um den Kund*innen einen möglichst großen **Wohlfühlfaktor beim Einkaufen** zu verschaffen. Hierzu war es uns unter anderem auch wichtig, Tageslicht in den Markt zu bekommen. Im Markt gibt es natürlich eine Vielzahl von Besonderheiten. **Höhepunkte** sind hierbei sicherlich die **große Käsetheke**, die für unsere Region sehr wichtig ist, wie auch die Warenpräsentation der einzelnen Produktbereiche, wie etwa unserer **Frischfisch- oder Weinabteilung**.

Was sind die Stärken von C+C im Vergleich zu Ihren Wettbewerbern?

Grundsätzlich ist es natürlich so, dass auch unsere Wettbewerber eine gute Arbeit machen – sonst hätten diese schließlich auch nicht ihre Daseinsberechtigung. Wir versuchen, einfach immer noch ein wenig besser zu sein. Die Beherbergungskultur des Allgäus ist geprägt von vielen selbstständigen familiengeführten Unternehmen. Als Familienbetrieb verhandeln wir somit auf Augenhöhe. Dies ist in einer ländlich geprägten Region, wo der **persönliche Kontakt** doch noch sehr viel Wert ist, nicht zu unterschätzen. Unser großes Plus liegt in der **Flexibilität und im Service**, der uns als Familienbetrieb gegenüber den Konzernen auszeichnet. Dies macht sich vor allem in der Logistik und in der Warenbeschaffung bemerkbar. Eine immer größere Rolle spielt heutzutage auch die Tatsache, **Vollsortimenter** zu sein. Den Kund*innen ist es in der aktuellen Klimadebatte schon wichtig, ob schließlich nur ein Lkw bei ihnen ablädt oder mehrere.

Exklusives
Interview mit
Michael Lang-
Stuedler





Was macht die **Partnerschaft** mit der FÜR SIE aus Ihrer Sicht besonders? Worin sehen Sie die größten Vorteile bei der Kooperation mit der FÜR SIE? Der **größte Vorteil** der FÜR SIE steckt sicherlich im **Einkauf**. Um den täglichen Anforderungen der Kund*innen gerecht zu werden, ist ein **marktgerechter Preis** unabdingbar. Der „enge Draht“ zur REWE und das daraus resultierende Einkaufsvolumen stellen hierbei sicherlich keinen Nachteil dar. Zudem schätze ich den **Austausch unter den Mitgliedern** sehr. Jeder Unternehmer hat einmal Themen, welche einen beschäftigen – und ein Ratschlag eines Gleichgesinnten kann sehr wertvoll sein.

Ihr **Motto** lautet: „Als Gastro-Partner wollen wir unseren Kund*innen einen Mehrwert schaffen.“ Haben Sie ein bestimmtes Vorgehen, nach dem Sie die Wünsche Ihrer Kund*innen erfassen und daraus neue Strategien entwickeln?

Unser Anspruch ist es, unseren Kund*innen einen **Mehrwert** zu bieten, welcher **über die reine Warenversorgung hinausgeht**. Ziel ist es, den Kunden hierüber fest an uns **zu binden**, da bei einem reinen Preiskampf der Großkonzern sicherlich immer gewinnen wird. Dieser Mehrwert ist sicherlich auch die beste Basis für eine lange Zusammenarbeit.



Der Firmensitz von C+C liegt in einer der beliebtesten deutschen Ferienregionen: dem Allgäu. Viele Ihrer Kund*innen sind dementsprechend stark vom Tourismus abhängig. Wie haben Sie die letzten, von **Corona** stark geprägten Monate erlebt?

Die letzten Monate waren sicherlich spannend. Wie richtig von Ihnen erkannt, ist das **Allgäu sehr vom Tourismus** geprägt. Dementsprechend ist unsere Kundenstruktur ebenfalls sehr tourismuslastig. Aufgrund des Lockdowns und der Beschränkungen für unsere Kund*innen ist uns schließlich auch von heute auf morgen der **Großteil unserer Kund*innen weggebrochen**. In der Spitze verzeichneten wir ein Minus von 90 Prozent. Umso mehr freut es uns, dass mit **Wegfall der Beschränkungen** das Allgäu

einen regelrechten Boom verzeichnen konnte. Trotz des Ausbleibens größerer Veranstaltungen konnten wir **abschließend auf einen der stärksten Sommer der Firmengeschichte** zurückblicken. Ein großer Dank hierbei gilt unseren Mitarbeiter*innen, die im Lockdown für unangenehme Schritte wie die Kurzarbeit großes Verständnis zeigten und den Sommer über bei sicherlich noch nicht wieder komplett aufgestellter Mannschaft großen Einsatz zeigten.

In Ihrer Kommunikation tragen Sie stets die **Werte des Allgäus** – Naturverbundenheit, Regionalität, Bodenständigkeit – mit nach außen. Finden sich diese Werte auch in Ihrem unternehmerischen Alltag wieder?

Als Allgäuer Betrieb ist es für uns natürlich wichtig, das **Allgäu auch nach außen zu tragen** – wir leben schließlich dort, wo andere Leute Urlaub machen. So sind wir zum Beispiel stolzer Markenpartner der Allgäu GmbH, dem Tourismusorgan der Region. Auch bei der **Lieferantenauswahl** versuchen wir immer wieder auf **regionale Partner** zurückzugreifen. Leider ist dies im Großhandelsbereich aufgrund von Mengenvorgaben nicht immer so einfach.



Wir bieten alles aus **einer Hand** – mehr als **25.000** Artikel

Die C+C Oberallgäu Lang-Stuedler GmbH ist ein **Familienunternehmen aus Tradition** und gehört keinem großen Konzern an. Familienbetriebe dieser Art und Größe gibt es nur noch äußerst wenige in Deutschland. Inwiefern macht das Ihr Unternehmen besonders?

Das **Wettbewerbsumfeld** ist leider immer mehr geprägt von größeren Konzernen. Natürlich ist es schön, wenn man als vermeintlich Kleiner diesen immer wieder trotzen kann. Zurücklehnen können wir uns nicht – dies ist auch etwas, **was uns immer wieder von Neuem antreibt**, unser Bestes zu geben und die Kund*innen für uns zu begeistern.

Ein Familienunternehmen zu führen stelle ich mir nicht immer leicht vor. Wie schaffen Sie Grenzen zwischen **Geschäft und Privatleben**?

Da ich mit dem Betrieb groß geworden bin, stellte dies für mich **nie eine Last** dar. Im Gegenteil: Ich bin **stolz** auf das Geschaffene der vorherigen Generationen und möchte natürlich nun auch meinen Teil dazu beitragen. Meine Frau arbeitet ebenfalls im Geschäft. Natürlich verschmelzen da auch viele private Themen mit dem Geschäftlichen. Wir empfinden dies jedoch als **extremen Mehrwert**, sich mit seinem Partner darüber auszutauschen. Sicherlich ist es aber auch wichtig, **abseits des Geschäftes Zeit für sich und die Familie** zu finden. Meine Frau und ich verbringen daher viel Zeit in den Bergen beim Skifahren und Wandern.

Wo wir schon beim Thema Privatleben sind: Haben Sie einen besonderen **Tipp für einen Urlaub** im Allgäu? Das **Allgäu ist sehr vielfältig**, sodass es schwerfällt, DEN Tipp zu benennen. Vielmehr macht es für mich das Große und Ganze aus. Das Schöne ist zum Beispiel, dass wir im Allgäu sowohl einen sehr starken Winter wie auch Sommer verspüren. Die Berge geben hier einiges her: Im **Winter** kann man in unseren vielen **Skigebieten** seine Schwünge ziehen; im **Sommer zum Wandern und Radfahren** kommen. Zudem laden unsere vielen **Bergseen zum Schwimmen** ein. Auch eine Fahrt an den **Bodensee** oder das **Schloss Neuschwanstein** sind immer einen Ausflug wert. Natürlich laden dabei eine Vielzahl unserer Kund*innen zum Entspannen in ihren Wellnessbereichen und zum Essen ein.





EMOTIONALE

GENUSSMOMENTE

PURER GENUSS!

In einer Welt, in der das Leben immer schneller und immer komplexer wird, entwickeln sich schon länger Trends, die genau dem entgegenwirken sollen. Durch Yoga, Meditation oder Achtsamkeit versuchen immer mehr Menschen, ihr Leben zumindest temporär zu entschleunigen und sich zu erden.

Ganz nach dem Motto „Gutes Essen ist Balsam für die Seele“ erreichen diese Tendenzen nun auch immer mehr die Lebensmittelbranche.

Es **entsteht der Wunsch**, nicht nur zu konsumieren, sondern **zu erleben**, sich eine **Auszeit** zu gönnen und dem Körper durch hochwertige Lebensmittel **etwas Gutes zu tun**. Wobei sich dieser Trend in verschiedenen Facetten zeigen kann:

Schon länger erleben **regionale Lebensmittel** ein Comeback. Es gilt nicht mehr: Je billiger und exotischer, desto besser – auch Faktoren wie die **Herstellung, die Transportwege und der Umweltschutz** spielen vermehrt eine Rolle beim Einkauf.

Neu hinzukommt nun der **Faktor des Erlebens**: Das Interesse der Konsument*innen ist breit gefächert und reicht vom **Besuch auf dem Bauernhof** oder bei lokalen Produzent*innen über den **persönlichen Kontakt auf dem Wochenmarkt** bis hin zum **Live Cooking im Restaurant**. Ziel ist es, dabei zu sein, die Lebensmittel in all ihren Ausprägungen zu erfahren, sie zu riechen, die Qualität zu schmecken und die Atmosphäre vor Ort einzusatmen. Je näher sie dem Produkt kommen können, desto besser.

Dies funktioniert natürlich bei regionalen Spezialitäten besonders gut. Jedoch wächst auch das Interesse an anderen **hochwertig zubereiteten Speisen**: weg von stark beworbenen Convenience-Artikeln mit vielen chemischen Zusätzen, hin zu einer individuellen und sinnlichen Wahrnehmung, der Essenz des Essens.

Auch hier ist der Faktor des Erlebens von hoher Bedeutung. Verbraucher*innen interessieren sich nicht nur für die Qualität der Speise oder den ungewöhnlichen Geschmack, sondern sie werden auch von **spannenden Geschichten** rund um das Produkt magisch angezogen.

Dies kann eine Story zur traditionellen Zubereitung oder aber auch die besondere Herkunft eines Steaks sein. Je individueller die Speise dadurch wird, desto spezieller wird das Produkt für die Kund*innen. Durch diesen **emotionalen Mehrwert** wird eine Bindung zu Kund*innen und Gästen geschaffen, die den Konsum einzigartig macht. Der Genussmoment wird zu etwas Besonderem: zur häufig benötigten Pause vom viel zu schnellen Alltag.



MEIN ERSTES JAHR BEI DER FÜR SIE

Walter Steffens im Interview



Walter Steffens berichtet über sein erstes Jahr als Vorstand im Unternehmen.

Als Vorstand die Mitverantwortung für eine erfolgreiche mittelständische Handelsgenossenschaft zu übernehmen, ist eine große Herausforderung. Das gilt insbesondere in einem Jahr wie dem vergangenen: mit einer globalen Pandemie, neuen Herausforderungen und der Notwendigkeit, wichtige und weitreichende Entscheidungen zu treffen – mit vielen Sorgen um Sicherheit und Existenzen. Wir möchten deshalb gemeinsam auf das Jahr 2021 zurückblicken – das erste Jahr von Walter Steffens als Vorstand der FÜR SIE eG.

1

Herr Steffens, während einer Pandemie eine neue Führungsposition anzutreten, ist nicht einfach. Wie gut haben Sie sich in Ihre neue Rolle eingelebt?

In der Tat ist das mit dem Einleben während der Pandemie so eine Sache. Man ist nicht in der Lage, die komplette Mannschaft mal beisammen zu haben, allen Kolleg*innen mal die Hand zu geben oder einen kurzen Plausch zu halten. In der Rolle selbst bin ich sehr gut angekommen, auch weil ich sehr viele Inhalte bereits aus der Vergangenheit kannte oder sogar eng begleitet hatte. Vor allem aber: das Team der FÜR SIE – die Menschen hier sind vom ersten Tag wunderbar offen und sehr interessiert mir gegenüber aufgetreten. Das hat mich extrem gefreut. „Tolle Truppe“ habe ich gedacht – und das denke ich heute immer noch.

2

Mit welchen Erwartungen sind Sie an Ihre neue Aufgabe herangegangen? Sie waren schon viele Jahre für die REWE in verschiedenen Positionen tätig und hatten immer wieder

Berührungspunkte mit der FÜR SIE. Wie haben Sie das Unternehmen bis dahin von außen wahrgenommen?

Nun ja, erklären Sie mir doch mal die „FÜR SIE“ in zwei, drei Sätzen. Genau so habe ich die FÜR SIE von außen wahrgenommen – nicht vollständig greifbar. Die Bandbreite an Dienstleistungen, flankiert von den dafür erforderlichen abgegrenzten Gesellschaften mit individuellen Geschäftsführer*innen – das ist nicht trivial und will erarbeitet werden. Als man mir die Berufung in den Vorstand eröffnete, war ich aber durch die gute und enge Zusammenarbeit mit der LHV, der GVG und dem amtierenden Vorstand so weit ausgestattet, dass ich recht zügig entscheiden konnte, diese Berufung anzunehmen, womit wir zum ersten Teil Ihrer Frage kommen. Meine Erwartungen haben sich nämlich durchweg bestätigt: Ich habe Gestaltungsmöglichkeiten und Gestaltungsspielraum – für mich eine existenzielle Frage der Motivation für diese herausfordernde Aufgabe. Die Erfolge meiner beruflichen Laufbahn basieren durchweg auf der Freiheit, auch mal „Kante“ zeigen zu dürfen und Dinge infrage zu stellen, dabei immer konstruktiv und wertschätzend.

3

Nun sind Sie fast schon ein Jahr an Bord: Was schätzen Sie an der FÜR SIE bisher am meisten?

Gestaltungsmöglichkeiten und Gestaltungsspielraum. Tolle Menschen.

4

Das Jahr startete mit einem langen, zähen Lockdown. Auch ein Großteil unserer Kund*innen war davon stark betroffen. Wie sind Sie damit umgegangen? Konnten Sie auch virtuell für unsere Kundschaft da sein?

„Teams“ und „Zoom“ sind nun fester Bestandteil unserer Termin- und Kommunikationskultur. Mehr ist fast schon nicht zu sagen – wir haben uns der Herausforderung gestellt und das Beste draus gemacht. Ich bin zufrieden im Kontext der Möglichkeiten.

5

Gibt es Projekte, die Sie in diesem Jahr begleiten durften, auf die Sie besonders stolz sind?

Es gab ein bestehendes Projekt, an dem ich bereits mitwirken konnte: die Re-Organisation der rückwärtigen Dienste. Wir haben im Verlauf des Projektes sehr engagiert um „beste Lösungen“ gerungen und miteinander gestritten – durchaus ein positiv gemeintes „Streiten“. Denn das ist mir brutal wichtig: dass wir in der Lage sind und uns trauen, eigene Sichtweisen und Positionen aufzuzeigen; in der Lage sind, wertschätzend und konstruktiv zu streiten; und auch am Ende fähig sind, die daraus

resultierenden Entscheidungen zu akzeptieren und mitzutragen – egal ob es der eigenen Sicht und Position entspricht. Ob es Stolz oder einfach nur Freude darüber ist, dass uns dies immer besser gelingt, ist mir egal – es ist einfach klasse und so enorm wichtig.

6

Sie haben früher auch schon verschiedene Positionen im Management bekleidet – hat Corona Ihren Managementstil irgendwie beeinflusst?

Nein.

7

Flexibilität und Schnelligkeit – das ist die neue Normalität. Auch bei der FÜR SIE waren das wichtige Schlagworte der vergangenen zwei Jahre. Wie schaffen Sie es in solchen Zeiten, Ihren persönlichen Fokus aufrechtzuerhalten?

Da gibt es einiges, was mich in der Spur hält – vor allem eine bewusste Portion Ruhe pro Tag. Aber auch mit Kommunikation erhält man den Fokus aufrecht. Sprechen hilft, dem ersten Impuls eine Warteschleife zu verpassen und zeitgleich den eigenen Impuls zu hinterfragen. Probieren Sie's!

8

In der Fachpresse wird oft davon berichtet, dass die Pandemie ein Katalysator für vieles war, wie

zum Beispiel „New Work“ oder Digitalisierung. Wie stehen Sie dazu?

Wie steht man zu Fakten? Man muss Sie anerkennen und damit arbeiten. Ich denke, dass wir in der Tat durch Corona eine Beschleunigung in den von Ihnen angeführten Themen erfahren haben. Wir sind hier sehr aktiv und ich sehe uns durchaus auf dem richtigen Weg.

9

Was beeinflusst Ihre Vision für das Unternehmen?

Fakten und die Akzeptanz der physikalischen Gesetze.

10

Wo sehen Sie die FÜR SIE in zehn Jahren?

Da habe ich eine wunderbare VISION.

11

Woraus ziehen Sie Ihre Kraft?

Familie. Großartige Menschen. Natur und Ruhe.

12

Einmal zurückgeblickt: Was würden Sie Ihrem 20-jährigen Ich aus heutiger Sicht raten?

1. Höre nicht auf, Fragen zu stellen! 2. Treffe Deine Entscheidungen! 3. Wenn es nicht gegen physikalische Gesetze verstößt, dann ist es machbar.

Das dürfen Sie *nicht* verpassen!



Eventkalender 2022

28.01. – 30.01.2022

0711 SPIRITS

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

30.01. – 02.02.2022

ISM

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

30.01. – 02.02.2022

PROSWEETS

Internationale Zuliefermesse für Süßwaren- und Snackindustrie, Köln
www.prosweets.de

31.01. – 01.02.2022

NORD

Nord Gastro und Hotel, Husum
www.nordgastro-hotel.de

05.02. – 09.02.2022

INTERGASTRA

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

15.02. – 18.02.2022

BIOFACH

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

21.02.2022

GASTRO 2.0

Gastronomie und Hotellerie, Kalkar
www.gastro_tek.eu/gastro-2_0

18.03. – 22.03.2022

INTERNORGA

Int. Fachmesse für Gastronomie und Hotellerie, Hamburg
www.internorga.com

21.03. – 23.03.2022

IFE 2022

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

27.03. – 29.03.2022

PROWEIN 2022

Int. Leitmesse der Wein- und Spirituosenwirtschaft, Düsseldorf
www.prowein.de

02.04. – 04.04.2022

SACHSENBACK

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

10.04.2022

BIO WEST

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

21.04. – 24.04.2022

SLOW FOOD MESSE

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

24.04.2022

BIO OST

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

26.04. – 29.04.2022

ANUGA FOOD TEC

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



14.05. – 19.05.2022

IFFA

Int. Leitmesse der Fleischwirtschaft u. alternativen Proteine, Frankfurt
www.iffa.messefrankfurt.com

02.06. – 03.06.2022

59. GENERAL-VERSAMMLUNG FÜR SIE EG

Salzburg

SAVE THE DATE



12.06. – 13.06.2022

CHEF ALPS

International Cooking Summit, Zürich
www.chef-alps.com

06.07. – 07.07.2022

SNACKEX

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

12.09. – 16.09.2022

DRINKTEC

Weltleitmesse der Getränke- und Liquid-Food-Industrie, München
www.drinktec.com

29.09.2022

FÜR SIE

Messe 2022, Köln
www.fuer-sie-eg.de

SAVE THE DATE



18.11. – 20.11.2022

VEGGIE & FREI VON

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



Pizza-Kompetenz aus einer Hand

EINFACH. LECKER. DURCHDACHT.

Crunchy Sticks Pizza-Style

- + Perfekt zum Snacken
- + Nicht fettend
- + Einfache Zubereitung
- + Außen knusprig, innen weich

Blechpizzen & Pizza Snacks in vier Varianten

- + Lockerer Hefeteig + Sehr große Porung
- + Übertreffende Standstabilität
- + Beste Bodenqualität

So vielfältig und hochwertig kann Pizza sein

Dr. Oetker Professional bietet mit der neuen Blechpizza und den neuen Pizza Snacks nicht nur qualitative Pizza-Highlights mit Handmade-Charakter, sondern auch noch das passende Handwerkszeug inklusive aufmerksamkeitsstarkem Werbematerial.
www.oetker-professional.de · Tel: 07243-104-307

Ein Vierteljahrhundert und mehr

Herr Satter, nach über 25 Jahren im Aufsichtsrat der FÜR SIE und 36 Jahren als Geschäftsführer von SCHWÄLBCHEN Frischdienst sind Sie nun im Ruhestand. Bei so einem Abschied gehen die meisten mit einem lachenden und einem weinenden Auge. Was werden Sie an Ihrer Tätigkeit als Aufsichtsrat und aus Ihrem Berufsleben am meisten vermissen?

Offen gesagt vermisse ich nichts. Bevor ich als Geschäftsführer bei SCHWÄLBCHEN ausgeschieden bin, habe ich mich natürlich gefragt, wie die Zeit danach sein wird. Ohne die Erfahrung selbst gemacht zu haben, kann man nicht wissen, wie sich der Ruhestand anfühlen wird. Einige meiner Kolleg*innen sind erst einmal in ein Loch gefallen. Aber auch nach zwei Jahren habe ich keine Langeweile. Ich bin nach wie vor für den Gesellschafter von SCHWÄLBCHEN tätig und außerdem engagiere ich mich sozial, um der Gesellschaft etwas zurückzugeben. Mit einem jahrzehntelang aufgebauten Netzwerk kann man die ein oder andere Türe öffnen. Die Zeit, die ich früher im Büro verbracht habe, fülle ich ansonsten mit Kultur und den schönen Dingen des Lebens. Ich habe nun die Zeit, die kleinen, alltäglichen Freuden zu genießen, für die man früher nur zwischen Tür und Angel Zeit hatte und die man dadurch kaum zu schätzen wusste.

Exklusives Interview mit Heinz-Werner Satter

Sie sind der REWE seit jeher eng verbunden und haben viele Ämter innegehabt. Wie ist diese Verbundenheit ursprünglich entstanden?

Die enge Verbundenheit zur REWE ist ausschließlich durch meine Verbindung mit der FÜR SIE zustande gekommen. Als Aufsichtsrat der FÜR SIE habe ich über 25 Jahre an den Jahreshauptversammlungen der REWE teilgenommen. Über all die Jahre habe ich so nicht nur verschiedene REWE Vorstandsvorsitzende, sondern auch die große Organisation der REWE kennenlernen dürfen. Aus meiner Sicht ist es sehr wichtig, nicht nur die Bedürfnisse und Wünsche unserer Mitglieder zu kennen, sondern auch die Funktionsweise der REWE – dem wichtigsten Partner der FÜR SIE. Nur wenn man beide Seiten kennt, kann man Chancen für eine optimale Zusammenarbeit finden. Die REWE ist für die FÜR SIE wichtig, aber umgekehrt auch die FÜR SIE für die REWE. Über die Jahre hinweg haben sich die beiden Unternehmen so eng miteinander verwoben, dass man sie eigentlich nur noch als Gesamtheit betrachten kann.

Die Corona-Pandemie ist auch an der FÜR SIE nicht spurlos vorbeigegangen. Jedoch haben wir die Krise insgesamt gut gemeistert. Was hat Ihrer Meinung nach am meisten zu diesem positiven Gesamtergebnis beigetragen?

Die FÜR SIE vereint schon lange diverse Branchen, sodass das Gewicht der Pandemie auf viele Schultern verteilt wurde. In den letzten anderthalb Jahren konnten daher die Verluste aus dem Bereich des Außerhausmarktes durch die positive Entwicklung der Getränkemarkte ausgeglichen werden. Hinzu kommt, dass die FÜR SIE sehr flexibel ist und sich schnell auf neue Gegebenheiten einstellen kann.



So konnten zum Beispiel auch neue Kund*innen aus dem Bereich der Online-Lieferdienste hinzugewonnen werden. Auch intern haben wir zügig die nötigen Schritte eingeleitet, um in der Pandemie weiterhin effizient und wirtschaftlich erfolgreich zu arbeiten.

25+ Jahre sind eine lange Zeit, in der es viele Höhen und Tiefen gab. Wie haben Sie persönlich die Entwicklung der FÜR SIE erlebt?

In meinem ersten Jahr als Aufsichtsratsvorsitzender musste der Vorstand der FÜR SIE innerhalb eines Jahres zweimal umbesetzt werden.

Diese auf den ersten Blick kritische Situation wurde jedoch nie zu einem wirklichen Problem, da die Gremien schnell reagiert haben. Aber auch die Mitarbeiter haben schnell die neue Führung akzeptiert. Es war eine spannende Zeit, die es so vorher und nachher nicht wieder gegeben hat.

Nicht umsonst sagt man schließlich „Handel ist Wandel“. Dieses Sprichwort habe ich nach all den Jahren sehr verinnerlicht. Man beschäftigt sich stetig mit Veränderungen – wobei die Entwicklungen im Markt in den letzten Jahren immer rasanter geworden sind. Die FÜR SIE hat sich kontinuierlich den neuen Gegebenheiten gestellt und sich neu ausgerichtet, um jederzeit mit den Entwicklungen schritthalten zu können.

Aber auch in Zeiten des Wandels ist es wichtig, doppelgleisige Strukturen zu erhalten. Unsere Kunden leben von einer lückenlosen Warenversorgung, die durch einen Systemausfall keinesfalls unterbrochen werden darf. Auch in einem Zeitalter der Digitalisierung sollte man nie vergessen, dass unser Geschäft nicht auf einem rein digitalen Weg basiert. Man muss die Menschen mitnehmen und eine persönliche Beziehung aufbauen, denn nur so kann man ihre Wünsche und Bedürfnisse kennen und berücksichtigen. Für die FÜR SIE und mich ist das immer die Kernfrage: Was wollen unsere Kund*innen?

Wir gratulieren zu

25 Jahren und mehr
fünfundzwanzig



Hat Sie jemand oder etwas in Ihrer beruflichen Laufbahn besonders geprägt?

Ganz klar: mein Elternhaus. Meine Eltern waren selbstständig, ich bin in einem Geschäftsbetrieb groß geworden. In einem Familienunternehmen lernt man sehr früh, was Solidarität und ein enger Bezug zu den Mitarbeiter*innen bedeutet. Man diskutiert nicht unnötig herum, wartet und delegiert die Dinge – in einem Familienbetrieb wird selbst mit angepackt. Man ist ein Teil des Ganzen und übernimmt Verantwortung für die Menschen und das Unternehmen.

Was war der beste Ratschlag, den Sie je erhalten haben?

Den habe ich bei meiner allerersten Anuga von Herrn Heinz-Gregor Johnen, dem Patriarchen von Zentis, bekommen. Ich war gerade mal 29 Jahre alt und stolz auf meine ersten Erfolge. Er gab mir folgenden Ratschlag mit auf den Weg: „Das (Berufs-)Leben ist kein Sprint, sondern ein Langstreckenlauf“. Egal, was man plant und wie oft man sich umorientiert – es ist wichtig, nachhaltig und langfristig zu denken. Nur dann hat man Erfolg.

Gibt es ein Ereignis, das Ihnen besonders in Erinnerung geblieben ist?

Da denke ich sofort an zwei besondere Erlebnisse: Die erste Generalversammlung, an der ich teilgenommen habe, war 1992 in London. Hier traf ich vor dem Hotel auf Princess Diana, die zum gleichen Zeitpunkt eine Gala im Hotel besuchte. Auch das zweite Erlebnis war im Rahmen einer Generalversammlung der FÜR SIE, ein Jahr später in Istanbul. Wir saßen abends vor unserem Hotel am Bosphorus, als plötzlich unser damaliger Kanzler Helmut Kohl von einem Boot stieg. Eine Kollegin von mir begrüßte ihn auf Deutsch. Daraufhin freute er sich sehr, Landsleute zu treffen, und setzte sich zu uns. Ich habe einen sehr erstaunlich normalen Menschen kennengelernt. Er fragte locker, von welchen Unternehmen wir kämen. Er kannte nur SCHWÄLBCHEN, was für mich eine besondere Freude war.





Das Beste aus der Natur.
Das Beste für die Natur.

**Klimaneutral ist gut.
Klimapositiv ist besser.**

hipp-klimapositiv.de

Seit 10 Jahren stellen wir unsere Gläschen klimaneutral* her. Heute sind sie klimapositiv.

Klimapositiv bedeutet, dass bei HiPP mehr Treibhausgase ausgeglichen werden als verursacht. Wir sparen nicht nur Emissionen ein – wir helfen auch der Natur, CO₂ wieder aus der Luft zu holen. Zum Beispiel, indem wir die Artenvielfalt schützen und mit unserem biologischen Anbau für gesunde Böden sorgen.

Dafür stehe ich mit meinem Namen.

Stefan Hipp



*HiPP Werk mit CO₂-neutraler Energiebilanz seit 2011 durch erneuerbare Energie und Klimaprojekte

Wo sehen Sie die größten Chancen für die FÜR SIE in den kommenden Jahren?

Die FÜR SIE ist im Vergleich zu unserem großen Partner, der REWE, wie ein kleines, wendiges Schnellboot, das sich flexibel an die Marktgegebenheiten anpassen kann. Diese Schnelligkeit ist unerlässlich, um Veränderungen schnell zu erkennen, schnell zu reagieren und um insbesondere schneller zu sein als der Wettbewerb. Ein weiterer wichtiger Faktor für jedes Unternehmen sind seine Mitarbeiter*innen: Früher wurden gerne Personen eingestellt, die zu 100 Prozent der Denkweise der Chefs entsprachen. Doch durch dieses Vorgehen tritt man auf der Stelle. Man braucht Mitarbeiter*innen, die anders denken, die neue Blickwinkel mitbringen und einen frischen Wind hereinlassen. Nur durch eine bunte und tolerante Durchmischung der Mitarbeiter*innen kann man Vielfalt leben und passende Konzepte entwickeln. Der letzte und wichtigste Punkt ist wohl, dass wir unsere Kund*innen niemals

aus dem Blick verlieren dürfen. Wenn die Kund*innen für uns immer im Mittelpunkt stehen, dann kann nichts Wesentliches schiefgehen. Das klingt nach einer banalen Antwort – aber das Leben ist banal. Das Wichtigste ist ein enges Miteinander, eine enge Zusammenarbeit, bei der die Kommunikation immer im Mittelpunkt steht.

Was würden Sie Ihrem Nachfolger gerne mit auf den Weg geben?

Meine Kolleg*innen im Aufsichtsrat sind alle erfahrene Kaufleute und ich denke, sie haben eine gute und richtige Wahl getroffen. Als Aufsichtsratsvorsitzender muss man jederzeit auf die Solidarität der Kolleg*innen bauen können. Zusammen haben wir stets versucht, nicht den einfachsten, sondern den für die FÜR SIE besten Weg zu gehen. In meiner Position als Vorsitzender des Aufsichtsrats war es mir immer wichtig, nicht meine Person oder das von mir vertretene Unternehmen in den Mittelpunkt zu stellen, sondern die Interessen der FÜR SIE.

Haben Sie bereits (große) Pläne für die kommenden Jahre?

Ich habe in meinem Leben bereits die Möglichkeit gehabt, viel zu reisen, sodass ich heute nicht mehr das Bedürfnis habe, mein Glück in der Welt zu suchen. Man kann auch in einer Umgebung wie zum Beispiel in meiner zweiten Heimat, Berlin, schöne und aufregende Dinge erleben. Für mich ist das Wichtigste, lange gesund zu bleiben, denn das ist die Basis von allem. Im Alter wird einem bewusster, wie wichtig dieser Punkt ist und wie schnell sich das ändern kann. Es sind nicht die großen, sondern die kleinen Dinge, die mir Freude bereiten.

Herr Satter, ich danke Ihnen für Ihre Zeit und die vielen spannenden Anekdoten und Berichte im Rahmen unseres Interviews. Für Ihre Zukunft wünschen wir Ihnen, dass all das, was Sie sich selbst wünschen, in Erfüllung gehen wird. Auf ein langes, erfülltes und vor allem gesundes Leben!



Jan Kunath: „Als Aufsichtsratsvorsitzender haben Sie mit Ihrer unaufgeregten, sehr sachlichen und transparenten Art und Weise immer alle Beteiligten im Blick behalten und versucht, alle Argumente zu sehen und zu hören, um daraus die besten Lösungen für die FÜR SIE abzuleiten!“



Lionel Souque: „In den ganzen Jahren habe ich Sie immer als fairen, erfolgreichen Geschäftsmann und einen super Teamplayer kennengelernt!“



Dr. Martin Küssner: „Egal in welcher Situation ich Dich erleben durfte, Du bist immer sehr gradlinig geblieben, Du hast immer leidenschaftlich und mit klarer Kante für die Interessen unserer FÜR SIE gekämpft. Ein Opportunist aber warst Du nie – wenn es drauf ankommt, nimmst Du für Deine Überzeugung auch Widerstand in Kauf.“



ALTEREGO
ITALY

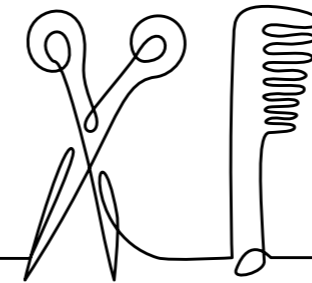
BEAUTY & KINDNESS

FOLLOW US



@alteregoitalyHQ

www.alteregoitaly.com



CMC
COIFFEUR MARKETING COMPANY

COIFFEUR

Alles für die Hairgötter

Our history

Die Geschichte von ALTER EGO ITALY in Germany begann **vor drei Jahren**, als die CMC-Gruppe sich die **deutschlandweite Exklusivmarkendistribution** dieser Premium-Marke sicherte. Seit dem Launch in Deutschland steigt der Erfolg der Marke stetig, da immer mehr Salons mit großer Begeisterung auf die friseurexklusive CMC-Marke setzen.

Unterstützt wird die Akquise neuer ALTER-EGO-Salons durch den konsequenten Aufbau einer deutschlandweiten Fachtrainer-Infrastruktur, um das innovative Fachwissen zu übermitteln. Die von der Coiffeur zentriert gesteuerten und umgesetzten Print-Werbemittel sowie die umfassenden Social-Media-Kampagnen steigern sukzessive den Bekanntheitsgrad der CMC-Exklusivmarke.

ALTER EGO ist die 30 Jahre alte Geschichte eines erfolgreichen **italienischen Familienunternehmens**, das sich mit großer Leidenschaft und mit viel Liebe zum Detail hohe Qualitätsstandards gesetzt hat. Mit kompromissloser **Zuverlässigkeit** wird Schönheit in mehr als 60 Länder auf der ganzen Welt exportiert. Dabei hat sich die Marke ALTER EGO in den letzten drei Jahrzehnten einen erstklassigen Namen für Innovation und hervorragende Produkte erarbeitet, die auf das **Thema Nachhaltigkeit als Markenkern** setzen. Das Hauptquartier befindet sich in einer der schönsten Regionen Italiens, in Venetien.

Beauty and Kindness

Die Beauty-and-Kindness-Philosophie von ALTER EGO ITALY basiert auf dem Yin und Yang eines jeden Individuums. Diese **Philosophie betrachtet jede Frau in ihrer Gesamtheit**. Sie verbindet zwei wichtige Aspekte für den professionellen Salon: **Wirksamkeit und Freundlichkeit; Qualität und Nachhaltigkeit**. Diese Vision entspricht den Anforderungen der **modernen Frau**, die schön und elegant sein, aber nicht im Widerspruch stehen möchte zum nachhaltigen Schutz unserer fragilen Umwelt.

Products

Rund um das Konzept der Schönheit hat ALTER EGO ITALY ein umfangreiches **Portfolio an professionellen Produkten für Haarfarbe, Styling und Pflege** entwickelt.

Eine breite technische Produktpalette wird geboten, die alle Friseurbedürfnisse abdeckt: Im Fokus steht die **Nachhaltigkeit** durch einen reduzierten Verpackungsaufwand wie auch durch die Anwendung recycelter Verpackungsmaterialien und neuer Technologien zur Reduzierung des Wasserverbrauchs. Gleichzeitig basieren die Produkte auf **innovativen Formeln** der nächsten Generation, die eine unendliche Palette „kreativer Nuancen“ eröffnen.



BACARDI

Do what moves you

Im Jahr 1862 revolutionierte der Gründer Don Facundo Bacardí Massó in der Stadt Santiago de Cuba die **Spirituosenbranche**, indem er einen **leichten Rum** mit einem außergewöhnlich **weichen Geschmack** kreierte: BACARDÍ.

Am 4. Februar 1862 wurde die **erste Destillerie** Bacardí & Co. in Santiago de Cuba von dem aus Katalonien (Spanien) stammenden Facundo Bacardí i Massó gegründet. Die im Bacardí-Logo abgebildete Fledermaus gilt auf Kuba als ein Glückssymbol.

1910 wurde die erste Abfüllanlage im Ausland in Barcelona errichtet. Damit wurde Bacardí zum ersten **international** arbeitenden Unternehmen Kubas. Nach der kubanischen Revolution im Jahr 1959 wurde die Familie Bacardí am 14. Oktober 1960 gemeinsam mit den Besitzern weiterer 380 der größten kubanischen Unternehmen entschädigungslos enteignet.



Die Marke BACARDÍ ist Teil des Portfolios von Bacardi Limited mit Hauptsitz in Hamilton, Bermuda.

Über 200 Marken und Markennamen gehören zu Bacardi: Dazu zählen Grey Goose, Martini, Bombay Sapphire wie auch Dewar's.

Bacardi betreibt heute **weltweit 38 Produktionsstandorte**, darunter 14 für Rum und Rum-Mixgetränke, zehn für Wermut (Martini & Rossi) und sieben für Whisky. Das Unternehmen ist der **größte Spirituosenhersteller**, der sich noch in **Privatbesitz** befindet.

Ein Großteil der **Familie emigrierte in die USA**. Da das Unternehmen geheime Herstellungsrezepte sowie Markenrechte seiner Produkte jedoch rechtzeitig ins Ausland transferiert hatte, konnte die Produktion unmittelbar wieder aufgenommen werden. Bis heute wird BACARDÍ Rum vor allem in Puerto Rico nach dem Originalrezept von Don Facundo Bacardí Massó hergestellt, damit der Geschmack nach wie vor derselbe bleibt wie bei seiner ersten Komposition im Jahr 1862.

Der einzigartige Geschmack des BACARDÍ Rums inspirierte Cocktail-Pioniere bei der Kreation einiger der **berühmtesten Rezepte der Welt**, darunter der BACARDÍ Mojito, der BACARDÍ Daiquiri und der BACARDÍ Cuba Libre.



Der **Rum**
für jede
Gelegenheit.



BACARDÍ.



ICH VERWENDE EIFIX,
WEIL DER ANSPRUCH
MEINER GÄSTE SCHON
BEIM FRÜHSTÜCK
BEGINNT.

ALLE VORTEILE
FÜR HOTELS UND
GASTRONOMIE:
gastro.eipro.de



Eifix Schlemmer Rührei von EIPRO:
für präzise Gelingsicherheit und besten
Geschmack. Wenn es um hochwertige und
kreative Eiprodukte geht, ist EIPRO
seit 30 Jahren Ihr Qualitätsgarant.

Finden Sie Verpa-
ckungsalternativen zu
Plastik – der Umwelt
zuliebe!
Sie wird es Ihnen
danken.

Feel Good

SINGLE USE PLASTICS



Wenn Brüssel **Einwegartikeln den Garaus** macht, dann heißt es für die Natur: durchatmen!

Täglich reihen sich Berufstätige und Hungrige in Menschengeschlangen vor Imbissen, Bäckereien und Restaurants. Aus der Pizzeria einen frischen Salat in der Plastischale, einen Döner mit Pommes aus der Styroporbox oder einen leckeren Kaffee im Plastikbecher auf die Hand: Wenn es schnell gehen muss, greifen die hungrigen Massen auch gerne mal zur Einwegverpackung. Die Folge ist ein **verstärktes Müllproblem!**

Doch damit ist **seit dem 03. Juli diesen Jahres Schluss**: Um den Verpackungsmüll aus Plastik zu reduzieren, hat die Europäische Union eine **Single-Use-Plastics-Richtlinie** eingeführt, die seit Juli schrittweise bestimmte Produkte aus Plastik verbietet.

Die wichtigsten Meilensteine ab 2022



Rückblick: 3. Juli 2021

Seit dem 03. Juli 2021 dürfen **keine Strohhalme, kein Besteck und kein Geschirr aus Plastik** mehr neu gekauft werden. Darüber hinaus gilt das **Produktverbot für Rührstäbchen aus Plastik**. Wer noch Restbestände hat, kann diese aber aufbrauchen.

1. Januar 2022

Ab dem 01. Januar 2022 wird es außerdem ein **Pfand auf alle Einweg-Getränkeflaschen aus Kunststoff** geben.

Sämtliche Getränkedosen werden zudem pfandpflichtig. Bislang waren unter anderem Fruchtsaftschorlen mit Kohlensäure davon betroffen, ein Fruchtsaft ohne Kohlensäure hingegen nicht. Künftig wird **jede Getränkeflasche aus Einwegplastik** mit einem Pfand belegt. Für Milch oder Kakao gilt eine Übergangsfrist bis zum 01. Januar 2024. Danach sind Plastikflaschen mit diesen Produkten ebenfalls pfandpflichtig.

3. Juli 2022

Für **Einweg-Kunststoffbecher oder -Getränkebecher** ist vorerst eine **Sonderregelung** in Kraft getreten, ebenso für **Hygieneeinlagen, Tampons und Feuchttücher**. Diese fallen unter die neue Kennzeichnungspflicht. Bis zum 03. Juli des kommenden Jahres können an den Produkten **nicht ablösbare Aufkleber** angebracht werden, die den Verbraucher direkt erkennen lassen, aus welchem Material die Verpackung besteht, ob der Artikel negative Auswirkungen auf die Umwelt hat und wie er angemessen entsorgt werden kann. Falls Sie solche Produkte also noch in Ihrem Lager vorrätig haben, müssen Sie diese nicht direkt entsorgen. Erst ab dem 03. Juli 2022 muss die **Kennzeichnung fest im Layout** integriert sein.



1. Januar 2023

Ab dem 01. Januar 2023 kommt hinzu, dass die **Gastronomie** verpflichtet ist, ihre Produkte auch in **Mehrwegverpackungen** anzubieten. Die Mehrwegvariante darf allerdings nicht teurer sein als das Produkt in der Einwegverpackung. Außerdem müssen für alle Angebotsgrößen eines To-go-Getränks entsprechende Mehrwegbecher zur Verfügung stehen. **Ausgenommen** sind Betriebe, in denen **fünf Beschäftigte oder weniger** arbeiten und die eine **Ladenfläche** von nicht mehr als **80 Quadratmetern** einnehmen.

Ab 1. Januar 2025

Des Weiteren wird der **Mindestrezyklat-Anteil** in Einweg-Getränkeflaschen ab 2025 auf **25 Prozent** ausgeweitet, ab 2030 dann sogar auf **30 Prozent**. Es werden viele Meilensteine gesetzt, an die wir uns ab sofort halten müssen, um gemeinsam den Kampf gegen den Verpackungsmüll anzugehen. Sollten Sie noch auf der Suche nach nachhaltigen Alternativen sein, unterstützen wir Sie gerne dabei.

Fragen Sie uns:

Auf Wunsch stellen wir Ihnen unsere informative **Broschüre zum Thema Single Use Plastics** zur Verfügung.

Diese können Sie als kleinen Handlungsleitfaden zurate ziehen. Bei Fragen kontaktieren Sie uns gerne per E-Mail: lana.marder@fuer-sie-eg.de



VON DEN ERFINDERN VON FISCH VOM FELD UND CHICKEN VOM FELD: DAS ERSTE VEGANE SCHNITZEL VON FROSTA



VERFÜGBAR AB ENDE DES JAHRES!

URBAN DRINKS

Das trendige Getränkesegment erobert den Markt – du bist, was du trinkst.



2020 RUNDSCHAU
BEST SELLER

JETZT ZUGREIFEN!

— BREWERSGOLD —

INNERE WERTE
ZUM AUSTRINKEN.

MILDE · NATURTRÜBE BIER SPEZIALITÄT

DAS EINZIG WAHRE

In stylische Flaschen und Dosen abgefüllt erobern sie die Regalmeter in Super- und Getränkemärkten und bereichern die herkömmliche Getränkearte. Doch was steckt eigentlich hinter beziehungsweise in den **hippen Mixturen**?

Ein bewusster, gesunder Lebensstil gewinnt immer mehr an Bedeutung in einer Gesellschaft, deren Ideal die Selbstoptimierung ist. Sinnloses Betrinken ist out. Bewusster Verzicht wird gleichgesetzt mit dem Gewinn von Lebensqualität. Das Verlangen der Konsument*innen nach **natürlichen und biologischen Produkten** steigt. Im Fokus stehen zudem häufig der **Fairtrade-Gedanke** und das **Thema Nachhaltigkeit**.

Immer mehr Start-ups mischen vor diesem Hintergrund im wahrsten Sinne des Wortes den Markt auf und geben dem Besonderen eine Chance.

Oft sind es **zuckerreduzierte** Limonaden und Teemixgetränke, die mit **ungewöhnlichen Aromen wie Popcorn-Geschmack** aufwarten. Alkoholfreie Cocktails werden häufig in den Ring geworfen. Hinzu kommen Wein, der nach Tee oder Kokosnuss

schmeckt, Wodka aus altem Brot und immer mehr Craft-Beer-Sorten – der **Fantasie sind keine Grenzen gesetzt**.

Der urbane Lebensstil steht zudem für Individualität, Selbstbewusstsein und Innovation. Insbesondere junge und gesundheitsbewusste Menschen konsumieren gerne Getränke von Unternehmen, die genau das transportieren: regionale Wodka- und Whiskymarken oder Gin aus kleinen Destillieren, in denen Handarbeit noch großgeschrieben wird. Man kauft sich mit einem **Urban Drink ein Stück Lebensgefühl**. Raffinierte Getränkecreations, spektakuläre Designs und exotische Inhaltsstoffe wirken anziehend auf die Lifestyle-orientierten Gäste.

Die Frage ist, welche dieser teilweise sehr speziellen Kreationen dauerhaft ihre Liebhaber*innen finden wird. Der Markt ist ebenso zukunftsgerichtet wie schnelllebig.

UNGEWÖHNLICHE AROMEN, Z. B. POPCORN-GESCHMACK

Herber Tonic-Cocktail ohne Alkohol

Zutaten

- 250 g Minigurke
- 70 ml Zitronensaft oder 1 Zitrone
- 70 ml Wasser
- 125 ml Agavendicksaft
- Tonic Water zum Aufspritzen
- Gurkenscheibe zum Garnieren
- einige Eiswürfel

Zubereitung

Die Minigurken gründlich waschen, trocken tupfen und längs halbieren. Die Gurkenkerne mit einem Löffel auskratzen und die ausgekratzten Gurkenhälften mit einer Reibe fein reiben oder mit dem Stab pürieren.

Den Zitronensaft, das Wasser und den Agavendicksaft in einen Topf geben, zum Kochen bringen und so lange rühren, bis sich der Agavendicksaft vollständig aufgelöst hat.

Topf beiseitestellen, die geraspelten Gurken hinzugeben und zugedeckt circa 30 Minuten ziehen lassen.

Den Sirup durch ein feines Sieb gießen und den aufgefangenen Sirup in eine Flasche abfüllen. Die Flasche fest verschließen und vollständig auskühlen lassen.

Einen Schuss Gurkensirup in ein Glas geben, die Gurkenscheibe aufrollen, vorsichtig ins Glas setzen, Eiswürfel hinzufügen und mit Tonic Water oder Soda auffüllen.



MITGLIEDER ZUGEHÖRIGKEIT



Wir
gratulieren
Ihnen
herzlich!

10 JAHRE

Bier-Schneider GmbH & Co.KG

Industriestr. 54
56218 Mülheim
Zulassungstag 05.12.2011

Bonami Foodservice GmbH

Marktstr. 10
50968 Köln
Zulassungstag 14.03.2011

Grohage, Einkaufs- und Importgemeinschaft von Fachgroßhändlern eG

Am Gierath 20c
40885 Ratingen
Zulassungstag 16.08.2011

Hahn Getränke-Union GmbH & Co. KG

Große Wiesen 14
34621 Frielendorf
Zulassungstag 05.12.2011

HSE GmbH Getränkegroßhandel

Graf-Beust-Allee 11
45141 Essen
Zulassungstag 05.12.2011

WIFA Getränke-Logistik GmbH & Co.KG

Reisertstr. 40
53773 Hennef
Zulassungstag 31.05.2011

15 JAHRE

Købmandsgården Flensburg GmbH & Co. KG

Feldstr. 6-8
24939 Flensburg
Zulassungstag 16.01.2006

Nielsen's Discount GmbH

Apenrader Str. 41-45
24939 Flensburg
Zulassungstag 02.05.2006

Schweim Getränke Fachhandel GmbH

Gutenbergring 7
22848 Norderstedt
Zulassungstag 16.01.2006

20 JAHRE

DMV Diedrichs Markenvertrieb GmbH & Co.KG

Dieselstr. 3-7
31812 Bad Pyrmont
Zulassungstag 09.04.2001

Leberecht Goeritz GmbH & Co. KG

Industriestr. 11
93326 Abensberg
Zulassungstag 20.09.2001

Peter Mattfeld & Sohn GmbH

Lagerstr. 17
20357 Hamburg
Zulassungstag 20.09.2001

25 JAHRE

3F Handelsgesellschaft mbH

Ederstr. 72
57319 Bad Berleburg
Zulassungstag 30.12.1996

Getränke Grewe GmbH & Co. KG

Franz-Kleine-Str. 2
33154 Salzkotten
Zulassungstag 04.04.1996

Getränke Meyer GmbH

Im Gewerbegebiet 30
49459 Lembruch
Zulassungstag 26.04.1996

GVS Getränkevertrieb Südwestfalen GmbH & Co. KG

Hagener Str. 335-337
57223 Kreuztal
Zulassungstag 19.03.1996

Meyer & Simon Getränke GmbH

Woldzegartener Weg 37-41
17209 Leizen
Zulassungstag 26.04.1996

Otto Pachmayr GmbH & Co. Mineralwasser KG

Kolpingring 20
82041 Oberhaching
Zulassungstag 19.03.1996

Reger Getränke Fachgroßhandel GmbH

Dachauer Str. 531
80993 München
Zulassungstag 19.03.1996

SUPERPET Handelsgesellschaft für Tiernahrung und Tierbedarf mbH & Co. Hattersheim KG

Heddingheimer Str. 16
65795 Hattersheim
Zulassungstag 21.11.1996

30 JAHRE

Thomas Philipps GmbH & Co. KG

Osnabrücker Str. 21
49143 Bissendorf
Zulassungstag 04.09.1991

40 JAHRE

C+C Oberallgäu Lang-Steudler GmbH

Hofen 18
87544 Blaichach
Zulassungstag 16.09.1981

wir sind
FÜRSIE
einfach. kundennah. leistungsstark.

Wir feiern 2022 unseren

Mehr
Informationen
in der nächsten
Ausgabe!

60.
Geburtstag!

PFAND clearing



Die Gutschriften für das Pfand und die Rohstoffe sowie die Kosten der Rücknahme können Sie nach spätestens drei Wochen auf der Rechnung einsehen.



Abwicklung der manuellen Rücknahme von Einwegleergut

Bei den kommenden Herausforderungen der Leergutentsorgung durch die **neue SUP-Verordnung** und die damit **einhergehende Pfandausweitung**, möchten wir Sie gerne unterstützen. Dafür bieten wir Ihnen über das REWE Lager eine einfache Möglichkeit.

Rücknahme

Die Rücknahme erfolgt, wenn der Bezug über das Lager stattfindet. Dies betrifft **Einweggetränkverpackungen**. Die Materialien zur Rücknahme bestellen Sie zusammen mit Ihrer Ware:

Pfandsack klein 120 Ltr. (ca. 50 Fl.)	Nr. 6727646
Pfandsack groß 500 Ltr. (ca. 250 Fl.)	Nr. 0969109
Rote Banderolen	Nr. 6510388
Barcodeetiketten	Nr. 6342647

Abwicklung

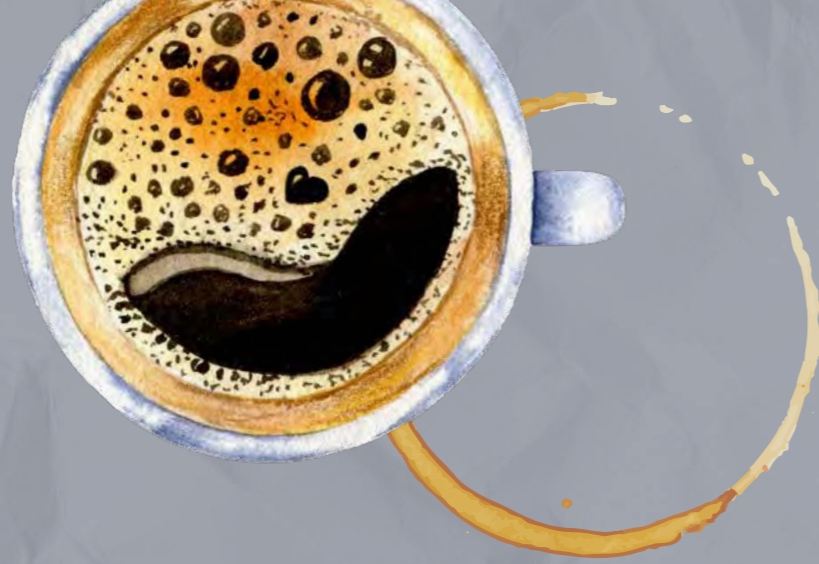
Bei der nächsten Warenlieferung erhalten Sie die **Pfandsäcke** und die **roten Banderolen**. Die **Barcodeetiketten** kommen Ihnen separat per Postversand zu. Den **Marktbeleg** sowie den **Transportbeleg** bekommen Sie von uns als PDF-Datei zur Verfügung gestellt.

Das **Sammeln der Dosen und PET-Flaschen** erfolgt im **gleichen Sack**. Verschließen Sie den Pfandsack mit der roten Banderole und bringen Sie die Barcodeetiketten an Banderole, Marktbeleg und Transportbeleg an.

Die Abholung erfolgt am Liefertag. **Pro Pfandsack** erhalten Sie **drei Belege**: Pfandrückgabe (Anzahl der retournierten Verpackungen), eine Gutschrift der Rohstoffe (variierender Wert) und die Kosten der Rücknahme.

Beispielaufstellung: Kosten pro Rücknahme

Artikel	Inhalt VE	NAN	Bezugspreise VE	Bezugspreis 1 Sack	Kosten je Flasche kleiner Sack	Kosten je Flasche großer Sack
gelber Leergutsack 120 Ltr. 50 Flaschen	50 Stück	6727646	17,1960 €	0,3439 €	0,0069 €	
gelber Leergutsack 500 Ltr. 250 Flaschen	50 Stück	969109	23,3860 €	0,4677 €		0,0019 €
Rote Verschlussbande	100 Stück	6510388	5,8300 €	0,0583 €	0,0012 €	0,0002 €
Barcodeetiketten 3fach-Satz	100 Stück	6342647	0,0100 €	0,0000 €	0,0000 €	0,0000 €
Marktbeleg	100 Stück	6685129	1,9170 €	0,0192 €	0,0002 €	0,0001 €
Transportbeleg	100 Stück	6685137	1,9170 €	0,0192 €	0,0002 €	0,0001 €
Bezugspreis für Kostenartikel					0,0084 €	0,0023 €
Kosten für Rücknahme im Jahresschnitt (variabel)					0,0213 €	0,0213 €
Kosten je Flasche					0,0297 €	0,0236 €



Unser

VERTRIEB

Wir stellen uns vor.



STEFAN GOLDHAGEN
Bereichsleitung Vertrieb
Food – Non Food
Telefon: +49 (0) 221 16041-160
stefan.goldhagen@fuer-sie-eg.de



NATALIA GAUL
Kundenberatung
Telefon: +49 (0) 221 16041-523
natalia.gaul@fuer-sie-eg.de



LENNART DOMNICK
Kundenberatung
Telefon: +49 (0) 221 16041-514
lennart.domnick@fuer-sie-eg.de



MELANIE LENZ
Key Account Management
Telefon: +49 (0) 221 160410
Mobil: +49 (0) 160 97513203
melanie.lenz@fuer-sie-eg.de



DIRK HOUBEN
Key Account Management
Telefon: +49 (0) 2451 7194209
Mobil: +49 (0) 151 55124731
dirk.houben@fuer-sie-eg.de



NIKLAS OUAZZANI
Key Account Management
Telefon: +49 (0) 221 160410
Mobil: +49 (0) 151 55120225
niklaskarim.ouazzani@fuer-sie-eg.de



DAVID KOSMITZKI
Lagerkoordination
Telefon: +49 (0) 221 16041-519
david.kosmitzki@fuer-sie-eg.de



THILO FREUND
Lagerkoordination
Telefon: +49 (0) 221 16041-516
thilo.freund@fuer-sie-eg.de



TORSTEN SEDAT
Bereichsleitung Vertrieb Getränke &
Geschäftsführung Boneva
Telefon: +49 (0) 221 16041-530
torsten.sedat@fuer-sie-eg.de



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



STEFAN GOLDHAGEN

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Mein Ausgleich zur Arbeit sind natürlich meine Familie, meine Frau und meine 2-jährigen Zwillinge. Zudem versuche ich, regelmäßig Laufen zu gehen.

Was ist dir wichtig im Leben?

Auch hier steht natürlich meine Familie an erster Stelle. Wichtig ist mir einfach, jeden Tag das bestmögliche Leben zu leben und alles positiv zu sehen.

Was ist deine persönliche Vision?

Meine persönliche Vision ist, den Vertrieb auf noch stabilere Füße zu stellen und die Kund*innen in den Fokus aller Bemühungen zu stellen. Ebenso ist es mir wichtig, ein motiviertes Team zu haben, welches mit Leidenschaft bei der Sache ist.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bedeutet für mich, jeden Tag neue Herausforderungen gemeinsam mit unseren Kund*innen zu meistern und mich und die FÜR SIE stetig weiterentwickeln zu können.



NATALIA GAUL

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Nach meinem Arbeitstag schalte ich am liebsten beim Sport, beim Lesen skandinavischer Krimis und sogar beim Kochen ab.

Was ist dir wichtig im Leben?

Die Gesundheit meiner Familie und das Glück meiner beiden Söhne.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bedeutet für mich: ein abwechslungsreicher Arbeitgeber mit täglich neuen Herausforderungen und persönlichen Entfaltungsmöglichkeiten. Und in einem tollen Team zu arbeiten, in dem man die hohe Motivation und den Spaß an der Arbeit spürt.

LENNART DOMNICK

Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?

Mein Ausgleich ist der Sport: im Fitnessstudio als Kurstrainer oder auf dem Spielfeld beim American Football.

Was ist dir wichtig im Leben?

Meine Freunde und meine Familie sind mir wichtig. Sie sind der Anker im Alltag.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE ist ein Arbeitgeber, der die eigene Entwicklung fördert und fordert. Neues ist immer Bestandteil des Tagesgeschäfts.



Aromakosmetik

Pflanzenkraft für Körper und Seele



- ✓ Mit 100% naturreinen ätherischen Ölen
- ✓ Mit natürlichen Pflanzenölen und Bio Sheabutter
- ✓ Vegan

**MELANIE LENZ****Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

Zeit mit meinem Mann, meinen Hunden und meinen Pferden verbringen.

Was ist dir wichtig im Leben?

Glücklich und gesund zu sein.

Was ist deine persönliche Vision?

Verliere nie die Leidenschaft, egal ob beruflich oder privat.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Zukunft und Erfolg!

**DIRK HOUBEN****Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

Der sportliche Ausgleich beim Tennis, Ski fahren im Winter, die frische Luft bei der Gartenarbeit und Spaziergängen mit meinem Sohn.

Was ist dir wichtig im Leben?

Meine Familie, Zufriedenheit im Job und gutes Essen.

Was ist deine persönliche Vision?

Ein gesundes und glückliches Leben zu führen.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Ein spannendes abwechslungsreiches Arbeitsumfeld mit einem tollen jungen dynamischen Team.

**NIKLAS OUAZZANI****Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

Kraft- und Ausdauersport sowie kochen.

Was ist dir wichtig im Leben?

Gemeinsame Zeit mit Familie und Freunden verbringen.

Was ist deine persönliche Vision?

Stetige berufliche Weiterentwicklung in Verbindung mit der Familie und der dazu notwendigen Leidenschaft für den jeweiligen Beruf.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Ein leistungsstarkes und zukunftsorientiertes Unternehmen das mich in meinem beruflichen Werdegang fördert und fordert!

**DAVID KOSMITZKI****Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

Als Ausgleich zur Arbeit nutze ich bei schönem Wetter gern das Motorrad, sportliche Aktivitäten runden die stressigen Tage ab.

Was ist dir wichtig im Leben?

Ein ausgewogenes Leben, Freunde, Familie und Gesundheit.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE vermittelt Wertschätzung und ein positives Gefühl nach den ausgeführten Arbeiten.

THILO FREUND**Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

Als Ausgleich zur Arbeit ziehe ich meine Laufschuhe an und gehe gerne joggen. Bei schönem Wetter setze ich mich auch mal auf meinen Vespa-Roller und erkunde die landschaftliche Vielfalt des Rheinlands.

Was ist dir wichtig im Leben?

Am wichtigsten für mich ist meine Gesundheit und der enge Kontakt zu meiner Familie und Freunden.

Was ist deine persönliche Vision?

Nie damit aufhören, sich neue Fähigkeiten anzueignen. Ich möchte in jeder Lebenslage immer wieder neue Dinge lernen.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die familiäre Arbeitsatmosphäre hat mich seit Tag eins überzeugt. Ich weiß, dass ich immer auf die Unterstützung meiner Kolleg*innen zählen kann.

TORSTEN SEDAT**Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

In meiner Freizeit verbringe ich sehr gerne Zeit am Wasser, auf dem Wasser und unter Wasser. An sonnigen Tagen bin ich auch leidenschaftlicher Biker.

Was ist dir wichtig im Leben?

Für mich ist es wichtig, gesund und glücklich zu sein. Um das zu erreichen, suche ich täglich meine Erfüllung in der Familie, im Beruf und bei guten Freunden.

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE ist ein moderner und attraktiver Arbeitgeber; für Kund*innen und Mitarbeiter*innen ein zuverlässiger Partner.

**CLARA LANGE****Was ist dein Ausgleich zur Arbeit?**

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

Was ist dir wichtig im Leben?

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

Was ist deine persönliche Vision?

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

Was bedeutet dir die FÜR SIE?

Die FÜR SIE bietet mir viele Möglichkeiten, mich in meinem Berufsleben weiterzuentwickeln, mich fortzubilden und viele berufliche Erfahrungen zu sammeln. Durch meine Ausbildung, die ich bei der FÜR SIE absolviert habe, wurde ich gut auf die Arbeitswelt vorbereitet.



EXQUISIA - IHR LEISTUNGSSTARKER PARTNER IM BEREICH OUT OF HOME

Exquisa Frischkäse 1,5kg Doppelrahmstufe Natur & Kräuter

- ideale Konsistenz zum Weiterverarbeiten



Exquisa Frischkäse 20g Rahmstufe Natur & Doppelrahmstufe Kräuter

- besonders cremig-gerührter Exquisa Frischkäse
- in den starken Sorten Natur & Kräuter – mit ausgewählten Zutaten
- im praktischen 40x 20g Karton – ideale Größe auch für mittelgroße Hotel- und Gastronomiebetriebe



Exquisa Käsekuchen Snack 70g Natur & Cheesecake Lemon

- mit Frischkäse gebacken – dadurch saftig und fein
- in praktischer Portionsgröße



...keiner schmeckt mir so wie dieser.



Ein frohes Fest und ein gutes, neues Jahr 2022!

Weihnachtsgruß des Vorstandes

Ein herausforderndes Jahr neigt sich dem Ende. Die pandemiebedingten Einschränkungen waren für alle unsere Mitgliedsbetriebe und auch für die FÜR SIE eine neue Erfahrung.

Viele unserer Mitglieder konnten durch großes Engagement und ihr Unternehmertum die größten Herausforderungen meistern. Bei allen Widrigkeiten, die wir in diesem Jahr erleben durften, hat uns die Pandemie aber auch gezeigt, dass wir unsere Gesundheit, wenn Sie uns erhalten geblieben ist, mit Demut als

Geschenk sehen müssen, die viele ärgerlichen Umstände in ihrer Bedeutung relativiert.

Wir wünschen Ihnen und Ihrer Familie von Herzen, dass Sie **gesund bleiben oder wieder gesund werden** und freuen uns gemeinsam mit Ihnen auf ein **hoffentlich gutes Jahr 2022**. Freuen Sie sich über entspannende und anregende Momente im Kreise Ihrer Familie über die **Weihnachtstage** und genießen Sie vielleicht unsere nachfolgende Empfehlung für Ihr Weihnachtsessen.

Wir freuen uns auf ein Wiedersehen mit Ihnen in 2022...

Herzliche Grüße

Ihr
Dr. Martin Küssner

Walter Steffens

und das gesamte Team der



Zitronen-Rosmarin-Hähnchen im Römertopf

Zutaten

- 1 ganzes Hähnchen
- 1 Bund frischer Rosmarin
- 1 Bund frischer Estragon
- 1 Bio Zitrone
- 300 ml trockener Weißwein
- Olivenöl
- grobes Meersalz und Pfeffer



Herr Dr. Küssner:
Mein Lieblingsrezept zur Weihnachtszeit.



Zubereitung

Den Römertopf mindestens 10 Minuten wässern. In der Zwischenzeit Rosmarin und Estragon waschen und anschließend für das Huhn ein „Bett“ aus Rosmarin und Estragon im Römertopf vorbereiten. Das Huhn innen und außen ordentlich mit Meersalz einreiben und pfeffern.

Die Zitrone waschen, trockenreiben, auf der Arbeitsplatte mit etwas Druck einige Male hin und her rollen, so dass sie etwas weicher wird. Die Frucht rundherum mit einer Rouladennadel einstechen. Die Zitrone und etwas Rosmarin in den Bauch des Huhns schieben. Die Beine verschränken, so dass das Hähnchen verschlossen ist.

Das Huhn auf das Kräuterbett legen. Mit etwas Olivenöl sowie dem Weißwein übergießen und den Deckel auf den Römertopf setzen.

Den Topf in den kalten Ofen stellen und ca. 90 Minuten bei 180 °C Umluft garen. Die Kerntemperatur in der Brust des Hähnchens sollte 75 °C erreichen.

Kurz vor Ende der Garzeit den Deckel des Römertopfes abnehmen und das Hähnchen knusprig anbräunen.



Rinderfilet

Wellington

Zutaten

- 1.000 g Rinderfilet
- 1 EL Olivenöl
- 1 EL Dijonsenf
- 500 g frischer Blätterteig
- 300 g gemischte Pilze
- 3 Schalotten
- 50 g Butter
- 100 ml Weißwein
- ¼ Bund frische Petersilie
- ¼ Bund frischer Thymian
- 1 TL getrockneter Majoran
- 1 Eigelb
- Salz und Pfeffer

Herr Steffens:
Mein Lieblings-
rezept zur Weih-
nachtszeit.



Zubereitung

Für den Mantel aus Pilz Duxelles die Schalotten schälen und fein hacken. Die Pilze grob vierteln und zusammen mit den Schalotten in etwas Butter anbraten. Nach einigen Minuten mit Weißwein ablöschen. Sobald die Flüssigkeit reduziert ist mit Salz, Pfeffer, Majoran und Thymian-Blättchen würzen.

Die vorgegarte Pilzmischung mit der frischen Petersilie vermengen und mit einem Pürierstab zu einer feinen Masse zerkleinern.

Den Ofen auf 180 °C Umluft vorheizen. Das Filet trocken tupfen und vor dem Anbraten ringsherum mit Salz würzen. Etwas Olivenöl in einem großen Topf erhitzen, bis es heiß ist, aber nicht raucht. Das Filet von allen Seiten für insgesamt 8 Minuten bei hoher Hitze scharf anbraten. Das Fleisch kurz abkühlen lassen und von allen Seiten mit Pfeffer würzen und gleichmäßig mit Senf bestreichen.

Den Blätterteig auf einer leicht bemehlten Arbeitsfläche rechteckig ausrollen. Die Mitte des Teiges nun mit der Hälfte der Pilzmasse bestreichen und das Filet darauf platzieren. Mit der anderen Hälfte der Duxelles den Rest vom Fleisch ummanteln. Anschließend den Blätterteig über das Filet schlagen, die überlappenden Seiten einklappen und fest andrücken. Das fertige Päckchen mit der Naht nach unten auf ein Blech mit Backpapier setzen. Abschließend das Eigelb verquirlen und damit den Teig bestreichen.

Das Filet Wellington für 15 Minuten auf mittlerer Schiene backen. Danach die Temperatur auf 120 °C Umluft reduzieren und für 10 Minuten weiter garen, bis der Teig goldbraun ist. Vor dem Anschnitt 8–10 Minuten ruhen lassen, um zu verhindern, dass zu viel Fleischsaft austritt und das Filet trocken wird.





ENTFERNT
99,9% DER
GERUCHSBILDENDEN
BAKTERIEN

Sensitiv
Sanfte Reinheit
ohne Farb- und
Duftstoffe

Universal
Kraftvolle Reinigung
& langanhaltende
Frische

ANTIBAKTERIELLES WASCHMITTEL

Stark gegen Flecken & Bakterien

- Entfernt geruchsbildende Bakterien und somit die Ursache schlechten Wäschegeruchs
- Kraftvoll gegen Flecken & Schmutz für strahlende Reinheit
- Wirkt bereits ab 20°C – schont deine Kleidung
- Geeignet für Weißes & Buntes

NEU
JETZT TESTEN!



Biozidprodukte vorsichtig verwenden. Vor Gebrauch stets Etikett und Produktinformationen lesen.



Die neuen, süßen Hüttenliebinger

Kaiserschmarrn ohne Rosinen
+ Goldbraun und fluffig

Mini-Topfenknödel

- + Praktisches Miniformat
- + Vielseitig einsetzbar
- + Ungebröselt – beliebig abwandelbar durch kreative Panaden

Palatini

- + Handgemachte Optik
- + Hoher Füllungsanteil
- + Einfache Zubereitung



Palatschinken, Topfenknödel, Kaiserschmarrn.

Unsere neuen süßen Schmankerl punkten als Dessert, als leckere Hauptmahlzeit oder als To Go-Gericht. Appetit machen auch unsere Anregungen und Konzeptideen für Ihre Kommunikation - zu finden unter www.oetker-professional.de

Neu!
Traumhaft süße
Mahlzeiten

GANZ NAH *Ausblick*

Das dürfen Sie
nicht verpassen!
Weitere spannende
Themen!

In der nächsten Ausgabe

Ausblick FÜR SIE
Messe 2022



Rückblick
59. Generalversammlung



Unser Aufsichts-
ratsvorsitzender im
Interview



Wir feiern
60. Geburtstag!





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 Marder (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
 www.seo-lektorat-einwandfrei.de

NEU

PURINA®
GOURMET™
 — ★ ★ ★ —
 REVELATIONS™

**Eine erlesene Köstlichkeit,
 exquisit serviert.**

UVP:*
1,49 €
 Aktionspreis:* 1,19 €



**Kleinformaten erfreuen sich
 steigender Beliebtheit und tragen
 zur Premiumisierung der Kategorie bei.**

+ 17,8% ↗

(vs. CWSS¹ + 6,4%)
**Umsatzentwicklung
 Katzennassfutter-
 Portionspackungen < 85 g²**

+ 111% ↗

**Preis pro kg
 Katzennassfutter-Portionspackungen
 Standard vs. < 85 g³**

ca. 250 Mio. Mediakontakte

* CWSS = Cat Wet Single Serve = Katzennassfutter-Portionspackungen; 2 Quelle: IRI-Handelspanel 2020, LEH + DM, MAT Mai 2020 vs. MAT Mai 2019, Umsatzentwicklung in %, Portionen < 85 g (exkl. Soup) vs. CWSS total; 3 Quelle: GfK-Consumer-Panel FMCG, Grocery, MAT Mai 2020, Preis pro Kilogramm in €, Portionen < 85 g (exkl. Soup) vs. CWSS total.
 * Unverbindliche Preisempfehlung. Die Preisgestaltungshoheit obliegt ausschließlich dem Handel.
² Quelle: IRI-Handelspanel 2020, LEH + DM, MAT Mai 2020 vs. MAT Mai 2019, Umsatzentwicklung in %, Portionen < 85 g (exkl. Soup) vs. CWSS Total.
³ Quelle: GfK-Consumer-Panel FMCG, Grocery, MAT Mai 2020, Preis pro Kilogramm in €, Portionen < 85 g (exkl. Soup) vs. CWSS Total.



PLANTMADE

KLASSIKER NEU GEDACHT.

Pflanzlich gemacht.



Alle Infos jetzt auf ufs.com/plantmade



Unterstützen. Inspirieren. Begeistern.