



nahkauf

NAHKAUF -
DER NAHVERSORGER NR. 1

Liebe Leserinnen und Leser.

der Lebensmittel-Einzelhandel ist eine höchst innovative Branche, die sich in den vergangenen Jahrzehnten immer erfolgreicher den Anforderungen des Marktes gestellt hat. Die Einführung der Selbstbedienung in den 50er Jahren, der darauf basierende Aufschwung der Nachbarschaftsgeschäfte und Supermärkte in den 60ern, die folgende Blütezeit der Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser an der Peripherie der Städte und die Umwälzungen durch den Discount: All das sind Strukturveränderungen, die nicht zuletzt auch Reaktionen auf gesellschafts- und bevölkerungspolitische Entwicklungen waren.

Die REWE Group hat diese Veränderungen stets aktiv begleitet und nicht selten entscheidende Impulse für neue Trends gesetzt. Jetzt, so glauben wir, ist die Zeit reif für die Forcierung eines neuen Konzeptes, den Nachbarschaftsmarkt. Das Durchschnittsalter der Bevölkerung steigt, besonders in ländlichen Gebieten, wo die Jüngeren in die Städte ziehen.

Ihr Peter Maly



Geschäftsführer REWE Markt GmbH



Die Verbraucher wollen weniger denn je weite Wege zu ihrer Einkaufsstätte zurücklegen. Sie verlangen nach einem attraktiven Nahversorger, der schnell zu erreichen ist und der in sympathischer Einkaufsatmosphäre ein Vollsortiment anbietet, das alle Wünsche nach Artikeln des täglichen Bedarfs erfüllt.

Diesen Nachbarschaftsmarkt wollen wir Ihnen in dieser Broschüre vorstellen. Unser Ziel ist klar: Das Konzept heißt nahkauf und soll möglichst schnell Marktführer im Bereich der Nahversorgung werden. Für die Expansion mit diesem zukunftsorientierten Format benötigen wir engagierte Kaufleute, die mit Unterstützung der starken REWE das Konzept mit Leben füllen. Ich bin sicher, dass wir Sie von der Leistungsfähigkeit des Formats überzeugen können. Nehmen Sie mit uns Kontakt auf. Wir freuen uns auf Sie!

INHALT

Vorwort	2
Teil einer starken Gemeinschaft	4
Der moderne Nachbarschaftsmarkt	6
Ein zukunftsweisendes Konzept	7
Die Erfolgsfaktoren: Sortiment	8
Die Erfolgsfaktoren: Kundenorientierung	9
Die Erfolgsfaktoren: Nachhaltiges Handeln	10
Die Erfolgsfaktoren: Soziale Verantwortung	11
Starker Rückhalt durch REWE	12
Stimmen zu nahkauf	13
Werden Sie nahkauf-Kaufmann!	14
Kontakt	15

NAHKAUF – TEIL EINER STARKEN GEMEINSCHAFT



Die REWE Group, zu der auch die nahkauf-Märkte gehören, hat in den vergangenen Jahren überaus erfolgreich in allen Kerngeschäftsfeldern agiert. Ob es das Stammgeschäft Lebensmittelhandel war, die Touristik oder die Baumarktsparte: In nahezu allen Bereichen hat sich der Konzern besser entwickelt als der Wettbewerb. Von dieser starken Gemeinschaft profitieren auch die nahkauf-Märkte.

1927 wurde REWE von 17 Einkaufsgenossenschaften in Köln gegründet. Heute hat sich das Unternehmen mit einem Umsatz von mehr als 57,8 Milliarden Euro (2017) zu einem der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Europa entwickelt. In 20 Ländern betreibt die Gruppe 15.000 Märkte mit 330.000 Beschäftigten.



INNOVATIVER WACHSTUMSMOTOR: DAS REWE VOLLSORTIMENT

Der Lebensmitteleinzelhandel ist das stärkste Standbein der REWE Group. Nach einer wegweisenden strategischen Entscheidung wurden im Jahre 2006 die damals unter verschiedenen Namen positionierten Vollsortimenter in ganz Deutschland auf die Marke „REWE“ umgeflaggt. Mit den Formaten REWE, REWE CITY, REWE CENTER, nahkauf, dem Convenience-Shop REWE To Go sowie dem REWE Lieferservice ist der Konzern mit innovativen und modernen Vertriebstypen im Markt erfolgreich vertreten.

Das „Vollsortiment national“ ist das umsatzstärkste Geschäftsfeld der gesamten REWE Group: Den aktuellen Rekordwert von 21,2

Milliarden Euro Umsatz (2017) erwirtschafteten in Deutschland weit über 3.000 Märkte.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Vollsortimenter sind die REWE-Eigenmarken, die in den vergangenen Jahren immer weiter ausgebaut wurden und inzwischen schon weit mehr als 20 Prozent zum Gesamtumsatz beisteuern. Sie reichen von den preisgünstigen ja-Produkten über REWE Beste Wahl, REWE Bio und REWE Regional bis hin zu den feinkostorientierten Spezialitäten unter REWE Feine Welt und der Convenience-Marke REWE to go. Mit REWE frei von, Wilhelm Brandenburg, Vives, today und ZooRoyal wird das Sortiment für spezielle Warengruppen komplettiert.



NAHKAUF – DER MODERNE NACHBARSCHAFTSMARKT



Für die Nahversorgung in Stadtrandlagen und dem ländlichen Raum ist nahkauf der kompetente Nachbarschaftsmarkt, der sich wachsender Beliebtheit erfreut.

Rund 420 Märkte stellen in vielen kleinen Kommunen die Versorgung mit den Gütern des täglichen Bedarfs sicher. Betrieben werden sie ausschließlich von selbstständigen Kaufleuten, die nahezu alle als genossenschaftliche Mitglieder der REWE Group verbunden sind.

Das Ziel der REWE Group ist es, nahkauf im Nahversorger-Bereich bundesweit zur stärksten Vertriebsmarke auszubauen.

Wir sind nah am Kunden!

nahkauf garantiert die Nahversorgung der Verbraucher und ist nicht zuletzt wichtig für die wachsende Bevölkerungsgruppe der älteren Menschen, die keine langen Wege zu ihrer Einkaufsstätte auf sich nehmen wollen oder können.

Wir kennen unsere Kunden!

Ein hoher Anteil an Stammkunden ist typisch für sämtliche nahkauf-Märkte. Deshalb kennt nahkauf seine Kunden und kann sein Angebot so weit wie möglich auf ihre Bedürfnisse vor Ort ausrichten.

Wir sind der Treffpunkt im Ort!

nahkauf erfüllt auf optimale Weise die Wünsche seiner Kunden, die durch den intensiven persönlichen Kontakt in den meisten Fällen bekannt sind. Hier kümmert man sich um individuelle Anliegen. Zudem erfüllt nahkauf häufig eine wichtige soziale Funktion: Der Markt wird für die Kunden zum Kommunikationszentrum, oftmals zum einzigen in der Gemeinde. Hier kennt man sich, hier trifft man sich.

NAHKAUF – EIN ZUKUNFTSWEISENDES KONZEPT



Die zunehmende Bedeutung eines modernen kleinflächigen Nachbarschaftsmarktes für die optimale Versorgung der Bevölkerung ist unter allen Experten im Lebensmittelhandel unbestritten. Konsequenterweise hat REWE deshalb die nahkauf-Linie weiterentwickelt.

Um die Erfolgsaussichten eines modernen, sympathischen Nahversorgers zu garantieren, wurden eine Reihe von Standards definiert:

1. Umsatz

Um dem selbstständigen Kaufmann ein gutes Einkommen zu sichern, benötigt ein moderner nahkauf in der Regel einen Bruttoumsatz von rund 1,5 Millionen Euro. Ein attraktives, auf den jeweiligen Standort zugeschnittenes Vollsortiment mit deutlichem Schwerpunkt auf den Frische-Warengruppen ist dafür ein wichtiger Baustein zum Erfolg.

2. Verkaufsfläche und Marktauftritt

Voraussetzung für die Präsentation des vollständigen nahkauf-Sortimentes ist eine Verkaufsfläche von mindestens 300 qm. Diese Mindestverkaufsfläche ist nicht nur notwendig, um ein umfassendes Sortiment bereithalten zu können. So kann auch eine Einkaufsatmosphäre geschaffen werden, die entspannt und angenehm ist und zudem die persönliche Betreuung der Kunden ermöglicht.

Durch den einheitlichen Auftritt von nahkauf – sowohl bei der Außengestaltung, im Geschäft selbst als auch bei der Berufsbekleidung – weiß der Kunde: Hier bin ich bei nahkauf, hier bin ich richtig.

3. Qualitätsmanagement

Wie alle REWE-Vertriebslinien wurde auch nahkauf unter ein einheitliches Qualitätsmanagement gestellt. Damit soll ein hohes Qualitätsniveau dauerhaft gehalten werden. Marktchecks durch den Außendienst und externe Prüfer garantieren hohe Qualitätsstandards und einheitliche Prozesse.

4. Technik und Systeme

Die nahkauf-Kaufleute können alle IT-Systeme und Erfolgsbausteine nutzen, die in mehr als 3.000 REWE-Standorten national erprobt, erfolgreich im Einsatz und perfekt auf die selbstständigen Kaufleute abgestimmt sind.

NAHKAUF - ERFOLGSFAKTOR SORTIMENT

Im nahkauf finden die Kunden alles, was sie für ihren täglichen Bedarf benötigen - von umfassenden Frischesortimenten bis zu den attraktiven REWE-Eigenmarken.

Frische wird inszeniert

Die zukunftsorientierten Verkaufsflächen ermöglichen die Präsentation eines Vollsortimentes, das keine Wünsche offen lässt. Kernstück sind dabei die Frischeabteilungen. Dies wurde bei der Ladengestaltung ganz bewusst berücksichtigt.

Jeder Kunde wird bereits nach Betreten des Marktes von der Frische eingefangen: Die Obst- und Gemüse-Abteilung als Magnet ist stets im Eingangsbereich positioniert. Spezielle Deckengestaltungen und Beleuchtungssysteme setzen die Produkte optimal in Szene.

Zweites Highlight eines jeden nahkauf-Marktes ist die Serviceabteilung mit den Sortimenten Fleisch, Wurst und Käse. Je nach Marktgröße kann der nahkauf über eine attraktive Servisetheke mit Bedienung verfügen oder über eine Abteilung mit Selbstbedienung. Optional und von den baulichen Gegebenheiten abhängig ist die Einrichtung einer Bake-off-Station, für die mehrmals am Tag frische Backwaren hergestellt werden.



Regionalität wird gelebt

Weitere wichtige Erfolgsfaktoren in jedem nahkauf sind Regionalität und Lokalität. Verbraucher haben in vielen Fällen mehr Vertrauen zu Frischwaren aus der näheren Umgebung, aus dem lokalen oder regionalen Umfeld. Mit einem Angebot vieler regionaler Produkte in den verschiedensten Waren-

gruppen trägt nahkauf dieser Entwicklung Rechnung.

Über das Standardsortiment hinaus profiliert sich nahkauf mit den starken REWE-Eigenmarken. Sie verfügen über ein hervorragendes Preis-Leistungs-Verhältnis.

NAHKAUF - ERFOLGSFAKTOR KUNDENORIENTIERUNG

Der moderne Nahversorger, der Nachbarschaftsmarkt vor Ort, hat nicht zuletzt auch eine soziale Funktion: Er ist nicht nur Einkaufsstätte, sondern auch Kommunikationszentrum für alle Kunden im Ort.

Erfolgreiche Selbstständige

Selbstständige Kaufleute sind gemessen an der Umsatz- und Ertragsituation innerhalb der REWE Group sehr erfolgreich. Das liegt in der Regel an dem stärkeren Engagement und nicht zuletzt auch an der Nähe zum Kunden. Der Selbstständige ist in seinem Ort oder Stadtteil etabliert, er ist ein wichtiges Mitglied der dortigen Bevölkerung – angesehen und respektiert.

Er kennt als kontaktfreudiger Kaufmann einen großen Teil seiner Kunden persönlich und damit auch ihre Wünsche und Anforderungen an ihren Markt. Darauf kann er gezielt reagieren: durch die Schaffung einer positiven Einkaufsatmosphäre, die individuelle Strukturierung seines Sortiments, durch das Angebot einer Vielzahl von Serviceleistungen. Diese reichen von der Beschaffung nicht ständig im Sortiment befindlicher Artikel bis hin zur Hausbelieferung älterer oder nicht mobiler Kunden.

Verankert im Gemeinwohl

Die Verankerung in der Bevölkerung vor Ort ist auch für den nahkauf-Kaufmann ein entscheidendes Erfolgskriterium. Viele Selbstständige stärken ihre Position im Einzugsgebiet ihrer Märkte gezielt durch sozial orientierte Maßnahmen wie das Sponsoring von örtlichen Vereinen oder gesellschaftliches Engagement, etwa die Förderung der Tafeln.



NAHKAUF - WIR HANDELN NACHHALTIG



Nachhaltiges Handeln ist einer der Grundpfeiler, auf denen nahkauf und die gesamte REWE Group das tägliche Handeln ausrichten. Wir sind davon überzeugt, dass für uns langfristiges Wachstum nur dann möglich ist, wenn wir Energie und Rohstoffe schonen, vertrauensvoll mit Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten umgehen und so einen Beitrag für die Gesellschaft leisten.

Grüne Produkte

Nachhaltigere Produkte haben bei nahkauf eine große Bedeutung. Die Eigenmarke REWE Bio und die Pro Planet-Produkte haben einen besonders hohen Stellenwert. Letztere zeichnen sich dadurch aus, dass sie bei Herstellung, Verarbeitung und Verwendung Mensch und Umwelt deutlich weniger belasten als vergleichbare Produkte. Auch die Eigenmarke REWE Regional sowie MSC- und Fairtrade-Produkte stehen bei nahkauf für Nachhaltigkeit.

Mitarbeiter

Für nahkauf ist die Förderung seiner Mitarbeiter Teil der Unternehmensphilosophie. Wir kümmern uns um intensive Nachwuchs-

förderung und familienfreundliche Arbeitspolitik. Die REWE Group gehört zu den Top-Arbeitgebern in Deutschland.

Klima und Umwelt

Klima und Umwelt werden bei uns durch eine Vielzahl von Einzelentscheidungen geschützt. Durch technische Maßnahmen sparen wir in erheblichem Umfang Energie ein – sei es durch moderne Kühlmöbel oder energiesparende Tiefkühltruhen. Sämtliche Märkte der REWE Group werden mit Grünstrom versorgt, womit der Konzern auf einen Mix aus 100 Prozent erneuerbaren Energien setzt.

NAHKAUF - WIR ÜBERNEHMEN VERANTWORTUNG



Auch für nahkauf ist soziales Engagement heutzutage unverzichtbar. Ob es die Förderung von Schulen und Einrichtungen für Kinder und Jugendliche ist, die Unterstützung der Deutschen Tafeln oder Spenden für Notleidende Menschen in aller Welt – wir handeln stets nach dem Motto „Gemeinsam Gutes tun“.

Das wichtigste soziale Engagement von nahkauf ist zweifellos die mehrjährige Unterstützung der Kampagne „Ein Herz für Kinder“. Die Hilfsorganisation unterstützt Kinder und Familien in Not. Mit an den Kas-

sen aufgestellten Sammelboxen, Spenden der Kaufleute, Malwettbewerben und Kinderfesten wird Jahr für Jahr aufs Neue in allen nahkauf-Märkten für den guten Zweck gesammelt.

NAHKAUF - STARKER RÜCKHALT DURCH REWE

Jeder Kaufmann, der im hart umkämpften deutschen Lebensmitteleinzelhandelsmarkt langfristig erfolgreich arbeiten möchte, benötigt die Unterstützung durch eine starke, leistungsfähige Zentrale, wie sie nahkauf mit REWE hat.

Sie beliefert ihn nicht nur mit den wesentlichen Teilen seines Sortimentes, sie unterstützt ihn auch in wichtigen Aspekten des Marketings, des Vertriebs und der Marktorganisation. Der Kaufmann wird von Routinearbeiten entlastet und kann sich in hohem Maße auf seine ureigene Aufgabe konzentrieren: den Kontakt mit den Kunden. Die Leistungen der REWE für ihre Mitglieder lassen sich im Wesentlichen in folgenden Punkten zusammenfassen:

Die Gründungsberatung

Die Betreuungsleistungen durch REWE reichen von der Standortplanung bis zur Erstellung der Einrichtungspläne. REWE Marktforschung und die Standortanalytik erstellen Analysen der Verbraucherstruktur und der Wettbewerbssituation des Standorts.

Die Sortimentsleistungen

Gemeinsam mit dem Kaufmann erarbeiten die Experten von REWE die Sortimentszusammenstellung und die optimale Platzierung der Produkte. Durch die starke Stellung des Konzerns auf den Beschaffungsmärkten kann REWE seinen Mitgliedern optimale Konditionen bieten. Mehr als 80 Prozent der geordneten Waren werden durch das enge Netz von regionalen Lägern in einem auf den Absatz des Marktes abgestimmten Rhythmus geliefert.

Die Dienstleistungsangebote

Ein umfangreiches Dienstleistungsangebot hilft, Standorte kontinuierlich weiter zu entwickeln. Dazu gehören die Einbindung in eine wettbewerbsfähige Vertriebsstrategie mit gezielter Gemeinschaftswerbung ebenso wie moderne Platzierungs- und Verkaufsförderungskonzepte. Die Betreuung durch Außen-

dienstmitarbeiter und Servicebereiche der regionalen Zentralen garantiert die bestmögliche Unterstützung des Kaufmanns im täglichen Wettbewerb. Betriebswirtschaftliche Beratung sowie Hilfestellungen bei Revision, Controlling, Buchhaltung oder Lohnabrechnung durch REWE sind selbstverständlich.

Die Warenwirtschaftssysteme

Moderne Warenwirtschaftssysteme, die mit leistungsstarken IT-Lösungen die Arbeit der Märkte unterstützen, sind in der heutigen Zeit unverzichtbar. REWE ist für seine herausragenden Leistungen auf diesem Gebiet bereits mehrfach ausgezeichnet worden. Mit ihren innovativen Systemen wird die gesamte Logistikkette - vom Laden über das Lager und die zentralen Bereiche bis zum Lieferanten - abgebildet und gesteuert. Das erhöht die Effizienz der Prozesse und trägt letztlich wesentlich zu einer erfolgsorientierten Arbeit auf allen Ebenen bei.



NAHKAUF - „DER FOKUS LIEGT AUF DEN MENSCHEN“

Hinter dem Konzept nahkauf und seinem Erfolg stehen engagierte Menschen, die sich mit ihrem Markt und ihrer Arbeit der Nahversorgung verschrieben haben.

»Bei nahkauf legen wir den Fokus auf den Menschen, den Verbraucher gleich um die Ecke. Unsere Stärke ist das tägliche Gespräch - die Beratung oder einfach ein nettes Wort. Die Wertschätzung, die der Kunde bei uns erfährt, ist die Basis unseres Erfolges.«



Silke Monika Krug,
nahkauf-Kauffrau in Karlsruhe

»Für eine Wohlfühlumgebung sorgen bei uns die richtigen Mitarbeiter und ein freundschaftliches Verhältnis zum Kunden. Mein nahkauf-Markt ist ein Ort, der zusammenbringt, wo man sich auch mal hinsetzen und reden kann.«



Denis Schlüter,
nahkauf-Kaufmann in Ost-Holstein

»Uns ist es wichtig, fest im Ort verankert zu sein. Wir kooperieren mit den lokalen Schulen und dem Sportverein. Mit unserem Lieferservice beliefern wir Kindergärten und vor allem ältere Kunden.«



Patrick Franz,
nahkauf-Kaufmann in Fulda



Martin Zehetmair,
nahkauf-Kaufmann in Oberaudorf

»Obwohl wir ein kleiner Markt sind, finden Kunden bei uns alles, was sie brauchen - vor allem Regionales und Lokales. Die Produzenten kennen wir oft persönlich.«



nahkauf

Impressum
Herausgeber: REWE Markt GmbH
Domstraße 20
50668 Köln

Tel.: +49 221 149-0
Fax: +49 221 149-9000

Verantwortlich: Raimund Esser
Redaktion: Raimund Esser
Bildnachweis: Tomas Rodriguez, Achim Bachhausen
E-Mail: feedback@nahkauf.de
Web: www.nahkauf.de