



Vlaanderen
is Internationaal Ondernemen



OPEN M-F 6AM-7PM SAT-SUN 7AM-7PM
100% CERTIFIED

**TOP 75 VAN
DE DETAILHANDEL
IN DUITSLAND**

FLANDERS INVESTMENT & TRADE MARKETSTUDIE



Top 75 van de Duitse detailhandel

Sarah Züfle
Isabelle Maufroy

Wirtschafts- und Handelsvertretung Flanderns
Cäcilienstrasse 46, D-50667 Köln
T: +49 221 25 49 28 | F: +49 221 257 06 94
cologne@fitagency.com

Inhoudsopgave

Deel I: De TOP 75 van de Duitse detailhandel	7
1. De Duitse marktsituatie	7
Economie en consumptie	7
De Duitse voedingsconsument	7
De voedingsindustrie	8
2. Trends in de voeding.....	9
3. De internationale en Duitse distributie.....	10
De topspelers in een Europese context.....	10
Concentratie en vestigingen in Duitsland.....	11
Winkelstructuur in Duitsland.....	13
4. Kansen voor de Vlaamse exporteur	18
De lokale importeur	18
Tips voor de Vlaamse exporteur.....	18
Acties	20
5. Rangschikking van de belangrijkste distributielijnen	22
Gebruikte terminologie in de distributieketen.....	22
Rangschikking TOP 75 food & non-food	23
Rangschikking food distributielijnen en hun top players	30
Rangschikking belangrijke Duitse cateringbedrijven (alfabetisch).....	31
Rangschikking benzinestations	33
6. De TOP 75 volgens omzetprognose in 2013	35
Inkoopverantwoordelijken food in de regionale hoofdzetels van de Top 2	85
Deel II: Beurzen	89
Deel III: Tijdschriften	95
Deel IV: Websites	99
Deel V: Bronnen	100
Disclaimer.....	100

Voorwoord

Deze marktstudie onderzoekt de Duitse levensmiddelenmarkt. Ze richt zich vooral tot Vlaamse bedrijven die weinig of geen ervaring op de Duitse markt hebben, maar die in de nabije toekomst wel exportplannen hebben. Dit vergt echter een grondige voorbereiding.

De studie geeft onder andere een antwoord op de vaak gestelde vragen zoals: hoe ziet de actuele marktsituatie in Duitsland eruit? Hoe is de Duitse distributie gestructureerd? Wat zijn de actuele trends voor levensmiddelen? En is er een potentieel voor de Vlaamse exporteur?

Het belangrijkste deel van de studie omvat een uitgebreide, specifieke adressenlijst van potentiële afnemers van Belgische producten, zoals discounters, supermarkten, drogisterijen, cateringbedrijven, etc. Ten slotte worden de belangrijkste beurzen in Duitsland alsook de meest interessante tijdschriften en nuttige websites belicht.

Inhoudelijk is deze studie vooral gebaseerd op de bron *Top-Firmen 2015 – Der Lebensmittelhandel in Deutschland Food/Non-food*, uitgegeven door *The Nielsen Company*, alsook op internetbronnen. De informatie en gegevens zijn aldus onder voorbehoud.

Sarah Züfle is verantwoordelijk voor het opstellen van de studie, Isabelle Maufroy voor de vertaling en correctie.

Keulen, september 2015

1. De Duitse marktsituatie

Economie en consumptie

Vanaf begin 2014 is de groei sterk verzwakt. De verwachte investeringshousse is uitgebleven, enkel de consumptie en de export stegen in het derde kwartaal van 2014. Gedurende het hele jaar werd de conjunctuur ook nog eens afgeremd door de buitenlandse economische toestand.

Niettemin staat de Duitse economie op een stevig fundament en er wordt ook verwacht dat de wereldeconomie in 2015 weer sterker zal groeien, zodat ook de groei in Duitsland weer zal toenemen in vergelijking met de vorige kwartalen. Het Hamburgse Instituut voor de Wereldeconomie ([Hamburgische Weltwirtschaftsinstitut](#)) verwacht voor 2015 een reële groei van 1,3%. De Duitse economie groeit dus bij een zo goed als gesloten output gap verder.

Eckdaten für Deutschland (Veränderung in % gegenüber dem Vorjahr)						
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bruttoinlandsprodukt ¹	4,1	3,6	0,4	0,1	1,5	1,3
Private Konsumausgaben	0,6	2,3	0,7	0,8	1,2	1,6
Konsumausgaben des Staates	1,3	0,7	1,2	0,7	1,1	1,2
Anlageinvestitionen	5,1	7,3	-0,7	-0,6	2,9	2,7
Ausrüstungen	9,9	6,1	-3,1	-2,4	3,3	4,5
Bauten	3,2	8,4	0,6	-0,1	3,3	1,9
Sonstige Anlagen	1,1	6,8	0,1	1,3	0,6	1,9
Inlandsnachfrage	3,0	3,0	-0,9	0,7	1,4	1,1
Ausfuhr	14,5	8,0	2,8	1,6	3,8	5,5
Einfuhr	12,9	7,1	0,0	3,1	3,9	5,7
Arbeitsmarkt						
Erwerbstätige	0,3	1,3	1,1	0,6	0,8	0,3
Arbeitslose (Mill. Personen)	3,24	2,98	2,90	2,97	2,85	2,89
Arbeitslosenquote ² (in %)	7,3	6,7	6,5	6,6	6,3	6,3
Verbraucherpreise	1,2	2,1	2,0	1,5	1,0	1,5
Finanzierungssaldo des Staates (in % des BIP)	-4,1	-0,9	0,1	0,1	0,3	0,1
Leistungsbilanzsaldo ³ (in % des BIP)	5,7	6,1	7,1	6,7	7,0	6,8

¹ Preisbereinigt. ² Arbeitslose in % der inländischen Erwerbspersonen (Wohnortkonzept).
³ In der Abgrenzung der Zahlungsbilanzstatistik.
Quellen : Statistisches Bundesamt; Deutsche Bundesbank; Bundesagentur für Arbeit; ab 2014: Prognose des HWWI.

De Duitse voedingsconsument

Het consumentenvertrouwen was in 2014 nog steeds hoog en bovendien duidelijk hoger dan het Europese gemiddelde. De optimistische kooplust wordt ondersteund door de stabiele situatie op de arbeidsmarkt, weinig spaarzin, steeds meer conjunctuuroptimisme en stabiele prijzen. In 2014 besteedden de Duitse consumenten 10,5% van hun beschikbaar inkomen aan levensmiddelen en alcoholvrije dranken. De Duitsers liggen daarmee duidelijk onder het EU-gemiddelde. Hier moet echter rekening gehouden worden met het, in vergelijking tot andere landen, hoge inkomensniveau in

Duitsland. Op lange termijn bekeken, zijn levensmiddelen minder onderhevig aan een prijsstijging dan de algemene kosten van levensonderhoud. Sedert 1991 bijvoorbeeld stegen de prijzen voor levensmiddelen met 40% terwijl de consumentenprijzen in totaal met 52% stegen. De bereidwilligheid van de consumenten om meer geld uit te geven voor kwalitatief hoogwaardige levensmiddelen stijgt. De positieve stemming onder de consumenten en de bereidheid geld uit te geven werkt een bewuste en kwaliteitsgerichte aankoop van levensmiddelen in de hand. De consumenten kopen minder vaak en minder, maar kopen dan wel hoogwaardigere kwaliteit.

In 2015 zal iedere Duitse inwoner gemiddeld 21.449 euro voor consumptie en levensonderhoud ter beschikking hebben. Dat is 572 euro meer dan in 2014. Deze positieve prognose is vooral gebaseerd op een reële stabiele loonontwikkeling en een lage algemene prijsstijging. Pro capita en per jaar ligt de koopkracht in Duitsland daarmee hoger dan het Europese gemiddelde (rond 65%).

De voedingsindustrie

De voedingsindustrie is één van de belangrijkste industrietakken in Duitsland. Dagelijks zorgen 556.600 tewerkgestelden in 5.820 bedrijven voor het welzijn van 80 miljoen Duitse consumenten. De sector staat garant voor de levering van hun levensmiddelen. Met een omzet van ongeveer 173,2 miljard euro in 2014 zorgt zij voor stabiliteit, welvaart en werkgelegenheid. De Duitse voedingsindustrie is toonaangevend in Europa.

De sector wordt bepaald door veel kleine en middelgrote bedrijven. 95% van de bedrijven, veelal traditionele familiebedrijven en internationaal succesvolle producenten van Duitse specialiteiten, hebben minder dan 250 werknemers. De belangrijkste subsectoren zijn de vlees- en vleesverwerkende industrie, de zuivelindustrie, de zoetwarenindustrie/bakkerijproducten, de productie van niet-alcoholische en alcoholische dranken en de verwerking van groenten en fruit. Bio levensmiddelen, gekenmerkt door o.a. strenge controles, duurzame en diervriendelijke productie, worden steeds belangrijker.

De levensmiddelenbranche telt maar liefst 170.000 artikelen. En de consumenten eisen steeds meer. De concurrentie voor de bedrijven actief in de voedingsindustrie is enorm.

Bron: Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. - Claire-Waldoff-Straße 7 - 10117 Berlin -
T +49 30-20 07 86-0 – bve@bve-online.de - www.bve-online.de

2. Trends in de voeding

Onze eetgewoontes worden steeds meer gekenmerkt door demografische en maatschappelijke veranderingen. Onze maatschappij is mobiel, flexibel en internationaal. Aangezien gezinsvormen, etenstijden en voedingsgewoontes zich moeten aanpassen aan de moderne maatschappij, biedt de industrie voor ieder afzonderlijk 'allround-producten' op maat aan. Levensmiddelen moeten tegenwoordig zowel goedkoop, lekker, van goede kwaliteit, betrouwbaar, snel beschikbaar en duurzaam zijn. De producenten kunnen niet enkel op één trend zetten, maar moeten hun afzetstrategieën steeds aanpassen aan de individuele eisen van de consumenten. Zo ontstaan steeds nieuwe marktsegmenten zoals: functional food, vegetarische en veganistische producten, gluten- en lactosevrije producten, light- en convenience-producten. Daarnaast zijn er ook permanent producten met speciale omschrijvingen wat herkomst betreft op de markt zoals: regionaal, duurzaam, fair trade en bio.

Een sterke en blijvende trend op de Duitse markt is het toenemende bewustzijn van de consumenten, hun behoefte aan informatie en gevoel van kwaliteit voor levensmiddelen, de productie en de herkomst ervan. Meer informatie, direct contact, vrijwillige verplichtingen, meer duurzaamheid en betrokkenheid bovenop de kernactiviteit zijn initiatieven van de sector om aan deze wensen te voldoen. De vraag naar steeds nieuwere en betere producten doet de concurrentie op de levensmiddelenmarkt enorm stijgen en schept voor de producenten een potentiële toegevoegde waarde.

Bron: BVE-Jahresbericht 2015

3. De internationale en Duitse distributie

De topspelers in een Europese context

Hieronder vindt u de 20 topspelers in de levensmiddelensector – food en near-food (exclusief omzet met foodservice)

Rang	Naam	Land van oorsprong	Bruto-omzet 2013 in miljoen euro	Aantal verkooppunten 2013
1	Walmart	USA	295.855	10.739
2	Carrefour	F	97.101	10.391
3	Schwarz-Gruppe	D	91.962	11.040
4	Kroger	USA	86.769	3.217
5	Tesco	GB	85.581	7.488
6	Aldi	D	80.081	10.199
7	Seven & i	J	64.477	30.469
8	Costco	USA	63.613	634
9	Edeka	D	59.578	13.708
10	Auchan	F	58.489	3.450
11	Aeon	J	57.405	8.589
12	Rewe	D	52.236	11.145
13	Woolworths	AUS	49.069	2.849
14	Ahold	NL	46.193	2.632
15	Casino	F	45.224	11.079
16	Metro Group	D	43.362	1.240
17	Saleway	USA	42.644	1.830
18	E.Leclerc	F	40.232	1.830
19	ITM	F	37.153	2.694
20	Sainsbury	GB	31.535	1.203

Bron: Planet Retail, 23.4.2014

Concentratie en vestigingen in Duitsland

Duitsland kent een erg sterke omzetconcentratie, echter niet zo sterk als sommige andere Europese markten. In 2013 haalden de vijf grootste handelsondernemingen met een omzet van 176,5 mld. euro, een marktaandeel van 72,8%. Voor de resterende bedrijven blijft tegenwoordig bij deze dimensie (de rest van de markt bedroeg in 2013, 65 mld. euro) niet meer veel over in Duitsland, want de Top 5 behaalde gemiddeld een jaarlijkse omzet van 35,5 mld. euro.

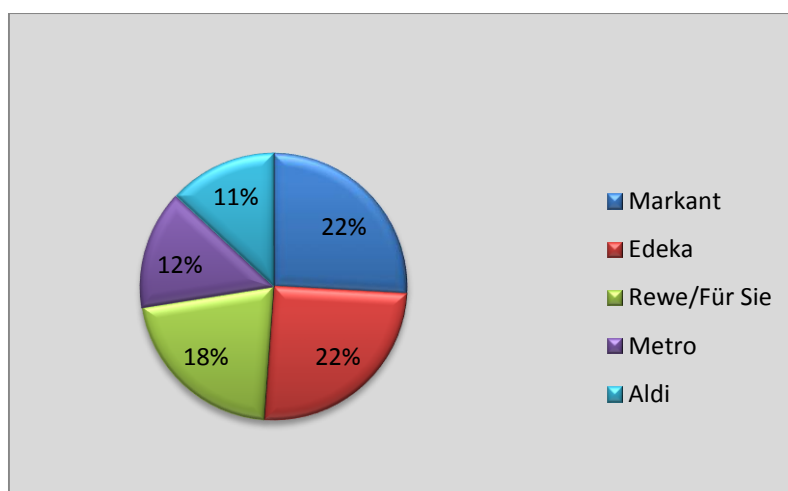
De top 8, een oligopolie bestaande uit acht Duitse bedrijfsgroeperingen en organisaties met verschillende bedrijfsdoelen, vormt nagenoeg 100% van de institutionele of georganiseerde levensmiddelenhandel in Duitsland (ofwel via eigen filialen, als leveranciers van aangesloten detailhandelaars of door de leden van een centrale organisatie).

Markant:	53.448 miljoen euro	of	22,1%
Edeka:	52.231		21,6%
Rewe/Für Sie:	44.148		18,2%
Metro:	29.724		12,3%
Aldi:	27.240		11,2%
Lidl:	18.610		7,7%
Tengelmann:	7.340		3,0%
Norma:	3.026		1,2%
TOTAAL	242.336 miljoen euro	of	97,3% van de markt

(cijfers volgens omzet 2013)

Bron: Trade Dimensions, 2015

De Top 5



Bron: Trade Dimensions, 2015

Dit concentratiefenomeen wordt nog markanter bij het verder overlopen van de TOP 75 rangschikking:

Top 10:	207.057 miljoen euro beheersen	85,7% van de markt
Top 20:	230.682 "	95,2% van de markt
Top 30:	236.304 "	97,5% van de markt

2013, bron: Trade Dimensions, 2015

De deelstaat Nordrhein-Westfalen neemt een heel belangrijke plaats in als het gaat om de vestigingsplaats van de retailers:

Rang	Groep	Plaats	Marktaandeel 2013 in %
2	Rewe-Gruppe	Köln	15,5
4	Metro-Gruppe	Düsseldorf	12,3
5	Aldi-Gruppe	Essen/Mühlheim	11,2
6	Lekkerland	Frechen	3,5
7	Tengelmann-Gruppe	Mülheim	3,0
12	Karstadt	Essen	1,4
17	Dohle-Gruppe	Siegburg	0,5
Totaal:			47,4

De andere spelers in de Top 20 van de Duitse levensmiddelenhandel zijn in de volgende deelstaten gevestigd:

Deelstaat	Rang	Groep	Marktaandeel 2013 in %
Hamburg	1	Edeka-Gruppe, Hamburg	20,7
Baden-Württemberg	3	Schwarz-Gruppe, Neckarsulm	13,2
	8	dm, Karlsruhe	2,4
	15	Müller, Ulm	1,1
	Totaal		37,4
Hessen	10	Globus, Sankt Wedel	1,9
	14	Transgourmet-Gruppe, Neu-Isenberg	1,2
	Totaal:		3,1
Niedersachsen	9	Rossmann, Burgwedel	2,1
	16	Bünting, Leer	0,8
	Totaal:		2,9
Schleswig-Holstein	11	Bartels-Langness-Gruppe, Kiel	1,6
	18	Coop, Kiel	0,5
	Totaal:		2,1
Bayern	13	Norma, Nürnberg	1,2
Mecklenburg-Vorpommern	19	Netto Nord, Stavenhagen	0,5
	20	Tegut, Fulda	0,4
	Totaal:		0,9

Bron: Trade Dimensions, 2015

Winkelstructuur in Duitsland

In totaal waren er in Duitsland in 2014 ongeveer 22.000 filialen met een volledig assortiment. Onder dat cijfer vielen meer dan 16.000 (74,7%) discountwinkels. Bovendien belevaren de Duitse handelszaken meer dan 25.000 zelfstandige detailhandelaars. Daarbij komen nog ongeveer 4.000 drogisterijen.

Grote hypermarkten en hypermarkten

Van 1990 tot 2014 steeg het aantal hypermarkten met een minimum verkooppoppervlakte van 1.500 m² tot meer dan 1.800 markten. Door restrictieve wettelijke bepalingen en een hoge marktverzadiging daalt momenteel het aantal hypermarkten en grote hypermarkten. Onrendabele filialen worden vaak gesloten zonder dat er anderen in de plaats komen. De omzet ligt intussen onder de 39 miljard euro.

Supermarkten en convenience concepten

Supermarkten hebben het moeilijk in Duitsland. Discountzaken gaan sinds jaren met hun marktaandeel lopen. De gefilialiseerde retailers (dus zonder de zelfstandige retailers), tot 1.500 m² bereiken met 19,0 miljard euro bijna 13% van de omzet van de discounters. Ondanks de lichte omzetsijging verdwijnen jaarlijks nogal wat filialen door sluitingen, herstructureringen en privatiseringen binnen dit segment. Sinds 1990 zijn bijna 20.000 supermarkten met een verkooppoppervlakte tot 400 m² van de markt verdwenen. In hun plaats zijn, naast discounters, ook sterke supermarkten met een verkooppoppervlakte van meer dan 1.500 m² en een assortiment tot 40.000 producten gekomen, zonder daarbij een noemenswaardig aantal non-food producten te hebben.

Voorals toonbanken met bediening, een paar jaar geleden nog bijna onbestaande, hebben bijgedragen tot het succes van de supermarkten. Vers vlees, vleeswaren, kaas en ook vis maken opnieuw kans in de Duitse supermarkten. Toonbanken zijn zelfs een belangrijk profileringsinstrument geworden. Er is opnieuw vraag naar service en passende porties voor ieder huishouden, groot of klein. Het vertrouwen van de klant bij de bediening zorgt voor voelbare koopimpulsen.

Vakkundige kwaliteit staat bij de consumenten hoog aangeschreven, vooral bij verse producten en regionale specialiteiten. Vakkundig werk en bediening scheppen arbeidsplaatsen en ook dat vinden consumenten heel belangrijk en is bovendien mooi meegenomen voor de nationale economie. Daar waar de discounter slechts één medewerker nodig heeft, stelt de supermarkt bij dezelfde omzet ongeveer drie tot vier voltijdse werkrachten tewerk. Naast producten van regionale herkomst trekken ook producten die de supermarkten zelf maken nieuwe consumentengroepen aan. Voorbeelden van deze producten zijn: gebruiksklare fruit- of slamengelingen, vleesgerechten voor de barbecue, zelf gemaakte kwarkbereidingen, creatieve dessertvarianties of zelfs zelfbereide pasta. De lijst van ideeën en evenementen die tegenwoordig in supermarkten aangeboden wordt, is lang. Zo biedt men soms cateringservice, culinaire avonden in de supermarkt of een uitstapje met de klanten naar de wijnboer aan.

Demografie en consumptiegedrag dragen bij tot de oprichting van kleine winkels met een groot assortiment kant-en-klare gerechten zoals slaatjes, belegde broodjes, warme gerechten (traiteur),

sushibar, vers bereide nagerechten voor de onmiddellijke consumptie of om mee te nemen (dit is tegenwoordig in). De bedrijven proberen om voor deze markt speciale formules te ontwikkelen.

Het recentste voorbeeld van deze ontwikkeling is het convenience concept 'Rewe to go', dat in Keulen opgestart werd en intussen ook in andere Duitse grootsteden werd ingevoerd. Ook andere Duitse en niet-Duitse bedrijven werken aan nieuwe concepten. Zo is ook de Nederlandse Ahold-Group met convenience-winkels in Duitsland aanwezig.

Zelfstandige detailhandelaars

Door talrijke privatiseringen van vroegere filialen, vooral bij Edeka en Rewe, daalt het aantal winkels onder leiding van **zelfstandige detailhandelaars** nog slechts langzaam. Zonder de biogroothandelaars, die behalve hun eigen filialen ook biowinkels en reformwinkels beleveren, telden we in dit segment in 2014 ongeveer 22.000 winkels. De gemiddelde verkoopoppervlakte per winkel stijgt voortdurend.

Drogisterijen

Naast de bioketens zijn de drogisterijen het sterkst groeiende segment in de Duitse levensmiddelenhandel. Ze behaalden groeipercentages van meer dan 10% in vergelijking met het jaar voordien. De top 2 in deze sector realiseerde 76,8% van de omzet. Sedert 2012 behoort Ihr Platz, naast dm, Rossmann, Budnikowsky en Müller, als vijfde onderneming tot de drogisterijsector.

Discounters

De recente groei van de **discounters** is vooral te danken aan de oprichting van nieuwe vestigingen. Het aantal discounters steeg in de periode van 1990 tot 2014 van ongeveer 7.500 naar meer dan 16.000. Hun omzet is in dezelfde periode met 68,6 mld. euro ongeveer verdrievoudigd. In de levensmiddelenhandel (zonder drogisterijen) haalde dit bedrijfsmodel zodoende een omzetaandeel van 41,4%.

Vanuit bedrijfseconomisch standpunt staan vooral de discountprojecten van de coöperatieve verenigingen voor grote uitdagingen.

ALDI Nord, ALDI Süd alsook Lidl zijn in de discountsector goed ingeburgerd. Rewe is bezig met het nieuwe concept van de discounter Penny. Ook Edeka test nieuwe marktconcepten bij Netto met als doel - na de overname van Plus - een duurzaam succes te boeken.

Er zijn verschillende redenen voor de groeistop: enerzijds is het filialennet van de discounters al heel uitgebreid, wat de kans op bijkomende vestigingen sterk vermindert. Anderzijds is er een duidelijke verandering van waarden bij het koopgedrag van de consumenten, wat voor de discounter niet echt voordelig is. Met een assortiment van 2.000 tot 3.000 producten en wisselende aanbiedingen kan aan de vele wensen van de consument zoals een aanbod aan regionale producten, verse producten, comfort en meer duurzaamheid slechts gedeeltelijk voldaan worden. Daarbij komt de macht van de coöperatieve verenigingen, zowel bij de aankoop van merkproducten als bij het aanbod van handelsmerken. Hierdoor kunnen de aanbieders met een volledig assortiment concurreren met de prijzen van de discounters. Bovendien beïnvloedt een zwakke non-foodhandel van de discounter (in vergelijking met vorige jaren) de ontwikkeling.

Lidl en Aldi domineren het hard discounter-gebeuren in Europa. Wat zijn de verschillen in hun aankoop- of prijsstrategieën?

Aldi	Lidl
Is aanwezig in 16 Europese landen, Australië en de V.S.	Is aanwezig in 25 Europese landen, ook in Oost-Europa, vestigingen in Oekraïne zijn gepland
Ingedeeld in twee onafhankelijke structuren: Aldi Nord met 2.424 winkels en Aldi Süd met 1.810 winkels	In totaal 3.257 winkels, agressieve expansiepolitiek
<p>Distributielijnen: het basisconcept bij Aldi Nord en Aldi Süd is hetzelfde (eenvoudige productpresentatie, beperkt assortiment, weinig of geen service, permanent lage prijzen), de verschillen liggen in het aantal aangeboden producten, de filiaalstructuur, de vestigingsplaatsen en het exportgebeuren. In Duitsland worden in alle markten bakautomaten geïnstalleerd, de eigen merken herwerkt, het assortiment verse voeding en het aanbod aan wijnen verbeterd.</p>	
<p>Inkooppolitiek: Aldi heeft bijna uitsluitend exclusieve contracten met zijn leveranciers. Zij sluit met de producenten overeenkomsten aangaande precieze afnamehoeveelheden, vaste leveringstermijnen aan vastgelegde leveringsadressen en vaste prijzen. Vele KMO's zijn groot geworden dankzij Aldi. Door de afnamegaranties op lange termijn konden zij met Aldi meegroeien. Ook talrijke fabrikanten van merkartikelen zoals Bauer, Zott of Kraft, die Aldi vroeger geboycot hebben, vervaardigen inmiddels private label voor Aldi.</p> <p>Inkoop Aldi Nord: de centrale inkoop is in Essen, bovendien zijn er inkopers in de regionale vestigingen en ook inkopers die verantwoordelijk zijn voor bepaalde productgroepen. Het opnemen van een product in het assortiment duurt lang en is ingewikkeld bij Aldi Nord. In de regio's die voor bepaalde productgroepen verantwoordelijk zijn, worden verkoopgesprekken gevoerd. Wanneer een nieuw product aanvaard wordt, wordt het eerst gedurende 6-8 weken getest in een aantal Aldi-filiaal, hierbij wordt de verkoopontwikkeling</p>	<p>Inkooppolitiek: Lidl koopt haar assortiment onafhankelijk in. Het inkoopkantoor voor non-food artikelen is in Hong Kong.</p>

<p>volgens een puntensysteem geëvalueerd. Indien het product voor dit eerste gedeelte slaagt met een bepaald aantal punten, wordt het product vervolgens in een bepaalde regio aangeboden in een 50-tal Aldi Nord-filialen. Indien het product ook hier weer een bepaald aantal punten bereikt, kan onderhandeld worden over een contract met de centrale inkoop van Aldi Nord in Essen. Het duurt meerdere maanden van de voorstelling van het product tot het uiteindelijke opnemen van het product in het assortiment. Tijdens de testfase van het product observeert Aldi Nord tevens of de leverancier op lange termijn kan voldoen aan de verwachtingen van Aldi Nord wat betreft kwaliteit en leveringsvoorwaarden. Aldi bepaalt wel de voorwaarden, maar vindt een langdurige samenwerking met haar leveranciers ook heel belangrijk.</p> <p>Inkoop Aldi Süd: de inkoop van Aldi Süd gebeurt via een eigen inkoopmaatschappij, de zaakvoerder is verantwoordelijk voor een tiental inkopers. Iedere inkoper is verantwoordelijk voor een deel van het standaardassortiment en voor een bepaalde categorie actieartikelen. De beslissing over het opnemen van nieuwe producten in het assortiment wordt genomen door de centrale inkoop van Aldi, waarbij goed overlegd wordt met de verkoopafdeling. De inkoopverantwoordelijken van de filialen zijn slechts verantwoordelijk voor het regionale assortiment.</p>	
<p>Prijspolitic: Aldi is prijsleider, biedt producten aan tegen permanent lage prijzen die vaak jarenlang niet aangepast worden. Aldi is uiterst prijsagressief: door het stijgende afzetvolume, te danken aan een zeer snelle expansie, kan Aldi haar producten steeds voordeliger aanbieden.</p>	<p>Prijspolitic: biedt eigen merken aan tegen permanent lage prijzen. Veelal hetzelfde prijsniveau als bij Aldi. Lidl volgt doorgaans de door Aldi doorgevoerde prijsdalingen; Lidl probeert op haar beurt prijsdalingen bij Aldi. Ook bij Lidl worden speciale acties gevoerd met merkartikelen. De <i>Super-Samstag</i> is sinds 2010 een actie met telkens 4 merkartikelen die 's zaterdags aan lage prijzen aangeboden worden. De <i>Montagsalarm</i> (actie op maandag) moet op de traditioneel rustige maandag klanten lokken (sinds herfst 2011).</p>

<p>Assortiment: Aldi Nord en Aldi Süd hebben ongeveer 1.000 artikelen in hun kernassortiment, allemaal fast moving consumer goods (FMCG), bijna uitsluitend eigen merken. Sedert 2005 verkopen zij ook merkartikelen: ongeveer 9% (Aldi Nord) en 11% (Aldi Süd). Ze breidden hun foodassortiment uit met kwalitatief hoogwaardigere artikelen, zoals kaasspecialiteiten, gerookte zalm, champagne enz. Aldi verkoopt geen genetisch gemanipuleerde producten. Sinds 2012 verkopen ze ook de merken Ferrero, Mars en Wrigley.</p>	<p>Assortiment: ongeveer 1.600 artikelen. Daarvan ongeveer 22% merkartikelen, uitsluitend <i>fast moving consumer goods</i> zoals groenten en fruit, diepvriesproducten en consumptie-ijs. Het aandeel aan eigen merken is ongeveer 70-75%. Sinds 2011 staat in ieder filiaal een (brood)bakautomaat. Er zitten tot 35 non-foodartikelen in het assortiment, meestal <i>fast moving consumer goods</i>, maar ook technische toestellen worden in wekelijkse acties aangeboden. In 2012 volgde een reorganisatie van het assortiment met als doel de handlingskosten in de filialen alsook opslag- en logistieke kosten te doen dalen. Het assortiment moest voor de klanten aantrekkelijker en overzichtelijker worden. Talrijke producten met een lagere afzet werden uit het assortiment geschrapd. Sinds 2014 is er ook een omvangrijk visassortiment. Vanaf de tweede helft van 2014 werd het actie- en premiumassortiment gecompriemd.</p> <p>Biotrend: sinds 2005 hebben ze hun eigen biomerk met meer dan 100 artikelen uit de categorie groenten en fruit en droge voeding. Het eigen merk moet op middellange termijn 20% van het assortiment uitmaken. Sinds 2006 hebben ze hun eigen merk voor producten uit eerlijke handel (daaronder ook bioproducten), nl. Fairglobe.</p>
---	--

4. Kansen voor de Vlaamse exporteur

Het is uiterst belangrijk een goede kennis te hebben van de Duitse consument. Door de nabijheid van deze markt wordt soms uit het oog verloren dat er andere prioriteiten worden gelegd. Duitsland heeft zich goed weten te handhaven tijdens de Europese crisis. De Duitse consument is nu bereid om meer geld uit te geven voor kwaliteitsvolle producten, ook voor bio-, fairtrade- en regionale producten.

De lokale importeur

Wie voedingswaren naar Duitsland wil exporteren, moet rekening houden met een aantal factoren zoals de geldende wetgeving inzake voedselveiligheid, etikettering, standaarden voor de verpakking, douanereglementering enz.

De Vlaamse exporteur moet de keuze maken tussen een rechtstreekse marktbenadering of een benadering via een tussenpersoon. Een mogelijke stap voor de exporteur van voedingswaren naar Duitsland bestaat dus in het vinden van een lokale importeur. Hiervoor zijn verschillende zoekkanalen beschikbaar. Bijvoorbeeld via de federatie van de Duitse groothandelaars, de BGA, *Bundesverband des Deutschen Groß- und Außenhandels* (www.bga.de). De federatie beschikt over 26 regionale kantoren en telt 43 verschillende subsectoren binnen de voeding- en drankensector. Een groot aantal Vlaamse bedrijven slaagde er in om opgenomen te worden in de listed-groep van leveranciers.

Tips voor de Vlaamse exporteur

Bij de benadering van retailers zijn er steeds vier verschillende stappen te ondernemen:

1. Voorbereiding van uw dossier
2. Vastleggen van een afspraak
3. Presentatie van uw product
4. Dienst-na-verkoop

1. Voorbereiding van uw dossier

De **inkoper** is niet alleen de **directe link naar de marketing manager** van de retailer, wiens opinie belangrijk is voor de commerciële strategie en het product zelf, maar eveneens naar de **logistics manager**, verantwoordelijk voor het voorraadbeheer, de **kwaliteitsmanager**, verantwoordelijk voor de dienst-na-verkoop en de **klant zelf**, wiens mening belangrijk is voor het bepalen van het assortiment en van de prijs.

Het is dus belangrijk dat uw dossier al deze elementen belicht. Uw dossier is een eerste instrument dat een overtuigende rol moet spelen. Het moet lezen als een draaiboek, met de nodige grafische vormgeving, logo's etc.

Het gebruik van de Duitse handelstaal is geen *conditio sine qua non*. Het is wel een enorm voordeel. Wat wel onontbeerlijk is, is een Duitse vertaling van de website. Het is opvallend hoe weinig exporteurs over een Duitse versie van hun website beschikken, terwijl deze een enorme markt aanspreekt. Eveneens belangrijk is uw documentatiefolder, noodzakelijk in het Duits. Deze hoeft vandaag niet meer op heel duur papier gedrukt te zijn, integendeel, minder glamour wijst op een rationeler beheer en laat een betere indruk na.

Het is belangrijk om een volledig dossier aan de aankoper voor te leggen. De Duitse aankoper is een *no nonsense* persoon, door velen gevraagd en die meestal weinig tijd ter beschikking stelt aan de potentiële listingbedrijven.

Een volledig dossier zal dus de volgende gegevens moeten bevatten:

- **productbeschrijving** tot in de kleinste detail
- **attesten** die verwijzen naar goedkeuring van overeenkomstige Europese, Duitse of lokale instanties
- voorstelling van het product wat **grootte en verpakking** betreft
- **referenties** van marktonderzoeken en eventuele consumententests, gedaan door uw bedrijf of door auditbedrijven (soms meer geloofwaardig)
- de **competitieve voordelen** van uw product, wat kennis van de lokale concurrentie impliceert
- inlichtingen over het **beoogde marktsegment**, m.a.w. wie zijn de potentiële kopers
- **advertentie- en promotieplannen**, eventueel presentatiemateriaal voor promotionele campagnes
- **betalingsmodaliteiten**: grote retailers bieden niet noodzakelijk betere kredietvoorwaarden aan
- uw **kosten- en prijsstrategie**: grote retailers zullen eisen stellen wat financiële kosten betreft zoals: registratie van uw product, opslagkosten, *shelf space fee*, promotionele kosten, recyclagekosten, cataloguskosten en gemeenschappelijke kosten voor brochures of flyers. In de meeste gevallen zullen deze kosten als een percentage van de jaarlijkse omzet berekend worden. In uw prijsstrategie moet de laagst mogelijke prijs gekend zijn, de *bottom line price*. Retailers zullen u een idee geven van de mogelijke marges die in functie van het product kunnen variëren tussen 2% en 100%. Vergeet niet dat u de verkoopprijs van uw product niet kunt opleggen aan de retailer.

Eens dit gedeelte van het huiswerk klaar is, kunt u proberen een afspraak te maken bij de inkoper.

2. Vastleggen van een afspraak

Meestal gaat u de inkoopafdeling van de retailer telefonisch contacteren. Het is hoogst onwaarschijnlijk dat u rechtstreeks de inkoper zult bereiken. Het is de receptioniste die een eerste selectie zal doen, met vragen over uw productgroep (vanaf [p. 36](#) vindt u de profielen van de retailers met de namen van de inkopers). Meestal wordt een eerste onderscheid gemaakt naar (1) food en (2) non-food. Bij food wordt verder een onderscheid gemaakt tussen vers of niet, vlees of kaas enz. Het is belangrijk dat u de naam van de inkoper te weten komt en dat u bij de beslissingsnemer terechtkomt.

Vermijd te praten over uw product aan de telefoon. U moet in de eerste plaats een afspraak vastleggen. Eens deze vast staat, begint u aan de productpresentatie.

3. Presentatie van het product

Stiptheid is heel belangrijk in Duitsland. Het academisch kwartiertje is onbekend.

Verder is het belangrijk dat uw stalen perfect zijn. Uw documentatiefolder en eventuele consumententests houdt u best ter beschikking. U wilt de interesse van de inkoper opwekken vooraleer u met de presentatie begint.

Vermijd een onnodige inleiding. In andere culturen is *small talk* noodzakelijk, in Duitsland niet.

Begin met het aantonen van het competitieve voordeel van uw product. Pas wanneer de aankoper hiervan overtuigd is, introduceert u uw product en onderstreept u nogmaals de competitieve voordelen. Ga dan over tot de marktanalyse, belicht uw targets, spreek over uw advertentiecampagne en eindig met een exclusief voorstel voor een introductie.

Luister vooral naar de inkoper. Tracht eventuele twijfelende opmerkingen op een positieve manier op te vangen, zoals:

Opmerking van de inkoper	Uw argumentatie
'uw product is interessant, maar te duur'	het product wekt unieke interesse op bij de consumenten (geef hiervan voorbeelden)
'uw product is te uniek en kan niet in onze voorraad opgenomen worden'	tracht een alternatieve oplossing aan te bieden door het voor te stellen als deel van een assortiment

Wanneer vragen zoals '*Hoeveel stuks? Wanneer levering?*' aangesneden worden, weet u dat u het *closing the sale-moment* bereikt hebt. Eerste overeenkomsten voorzien normaliter een proeftermijn van 3 maanden, de periode gedurende welke de reactie van de consumenten zal gemeten worden.

4. Dienst-na-verkoop

Welke vorm de dienst-na-verkoop ook kan aannemen, van regelmatige telefonische oproepen tot af en toe een bezoek, het doel van dit laatste gedeelte van het dossier is de afzet van het product te ondersteunen. Het is mogelijk dat een bepaalde technische opleiding, advies of motivatie aan de verkoopstaf zal moeten gegeven worden. Hoe nieuwer uw product, hoe groter de nood aan deze service. In een zeer competitieve omgeving is dit een niet te verwaarlozen aspect.

Inkopers zijn niet speciaal geïnteresseerd in één of andere leverancier. Vergeet niet dat de inkoper zelf onder druk staat om een zo groot mogelijke winst per vierkante meter te genereren. Hij verkoopt alleen maar rekrumte. Indien uw product meer winst kan opleveren per vierkante meter dan een concurrerend product, dan zal dit laatste uit de rekken verdwijnen.

Met een zorgvuldige planning, kennis van de opgelegde voorwaarden van de inkoper, een gestructureerde presentatie en een sterke dienst-na-verkoop bent u goed gewapend om de Duitse retailmarkt te bewerken.

Acties

Flanders Investment & Trade ondersteunt de Vlaamse exporteur door een aantal gerichte acties naar de afzet van voedingswaren toe. Deze zijn dikwijls verbonden aan de deelname aan internationale en/of gespecialiseerde beurzen. [Raadpleeg regelmatig ons actieprogramma op de website.](#)

Beurs Plaats Datum	Vertegenwoordigd door	Bezoekers - internationaal (zonder Duitse)	Exposanten - internationaal (zonder Duitse)
ANUGA Keulen 10-14/10/2015	Groepsstand	155.000 in 2013	6.777 in 2013
ISM Keulen 31/1-03/02/2016	Groepsstand	37.000 in 2015	1.513 in 2015
BIOFACH & Vivaness Nürnberg 10-13/02/2016	Groepsstand	44.624 in 2015	2.141 in 2015

Voor verdere inlichtingen over acties, beurzen en ondersteuningsmechanismen: zie [Acties en events](#) en [Subsidies](#) op onze website van Flanders Investment & Trade of [contacteer uw regionale exportadviseur](#).

5. Rangschikking van de belangrijkste distributielijnen

Gebruikte terminologie in de distributieketen

Het *Hauptverband des Deutschen Einzelhandels* (www.einzelhandel.de) onderscheidt de volgende types binnen de detailhandel:

Duitse nomenclatuur	Definitie	Vertaling
SB-Warenhaus (SB=Selbstbedienung)	Grote zelfbediening, gedecentraliseerd, met een verkoopoppervlakte van meer dan 3.000 m ² . Focus op voedingsproducten van een gemiddeld tot hoog prijsniveau. Altijd goed met de auto bereikbaar.	Grote hypermarkt
Verbrauchermarkt	Zelfbediening met voedingsmiddelenassortiment op een laag prijsniveau, met een verkoopoppervlakte tussen 1.500 en 5.000 m ² . Meestal goed met de auto bereikbaar.	Hypermarkt
Großer Supermarkt	Grotendeels zelfbediening met een voedingsmiddelenassortiment (non-foodassortiment niet meer dan 25%) en een verkoopoppervlakte tussen 800 en 1.500 m ² .	Grote supermarkt
Supermarkt	Grotendeels zelfbediening met een voedingsmiddelenassortiment (non-foodassortiment niet meer dan 25%) en een verkoopoppervlakte tussen 400 en 1.000 m ² .	Supermarkt
SB-Geschäft	Levensmiddelenwinkel met een verkoopoppervlakte tot 400 m ² .	Superette
Discount-geschäft	Levensmiddelenwinkel gericht naar een snelle consumptie. Het discountprincipe: een beperkt assortiment op laag prijsniveau - gepresenteerd op een eenvoudige manier.	Discountwinkel
Großdiscounter	Discountwinkel met een oppervlakte van minimum 700 m ² die een uitgebreid discountassortiment en meestal ook verse producten in het assortiment heeft.	Grote discountwinkel
C+C	Cash and Carry.	Cash + carry
Warenhaus	Winkel in stadsgebied met een verkoopoppervlakte op diverse verdiepingen van meer dan 3.000 m ² . Breed assortiment van een gemiddeld tot hoog prijsniveau, vooral op gebied van kleding, textiel, huishoudproducten en levensmiddelen die volgens productcategorie zijn gesplitst in vakafdelingen met of zonder zelfbediening.	Grootwarenhuis
Kaufhaus	Stadswinkel met een assortiment dat gelijkwaardig is aan dat van een warenhuis, maar op een lager prijsniveau en met een grotere concentratie aan bepaalde productcategorieën.	Warenhuis

Non-food Verbruuchermarkt	Zelfbedieningswinkel die vooral of uitsluitend non-food in het assortiment heeft.	Non-food hypermarkt
Fachdiscounter	Gespecialiseerde winkel met een kleine tot middelgrote verkoopoppervlakte, meestal met een productassortiment voor het dagelijks gebruik en met zelfbediening.	Gespecialiseerde discounter
Fachgeschäft	Gespecialiseerde winkel met een uitgebreid aanbod binnen een specifiek productassortiment op een verschillend kwaliteits- en prijsniveau.	Speciaalzaak
Fachmarkt	Gespecialiseerde winkel met een grote verkoopoppervlakte en een uitgebreid aanbod binnen een specifiek productassortiment van een laag tot gemiddeld prijsniveau.	Grote speciaalzaak

Rangschikking TOP 75 food & non-food

Volgens zakencijfers 2013 en marktaandeel

Alle omzetcijfers die gebaseerd zijn op schattingen, werden aangeduid met een sterretje*

TOP 75 – bedrijven (FOOD + NON-FOOD)

	De TOP 75 Food bedrijven	Totale omzet in miljoen euro	Marktaandeel (in %)
1	Edeka-Gruppe	50.065	20,7
2	Rewe-Gruppe	37.454*	36,1
3	Schwarz-Gruppe	32.035*	13,2
4	Metro-Gruppe	29.724*	12,3
5	Aldi-Gruppe	27.240*	11,2
6	Lekkerland	8.453	3,5
7	Tengelmann-Gruppe	7.340	3,0
8	dm	5.842*	2,4
9	Rossmann	5.025	2,1
10	Globus	4.600	1,9
11	Bartels-Langness-Gruppe	3.809	1,6
12	Karstadt	3.410*	1,4
13	Norma	3.026	1,2
14	Transgourmet Deutschland	3.000	1,2
15	Müller	2.781	1,1
16	Bünting	2.030	0,8
17	Dohle-Gruppe	1.325*	0,5
18	Coop	1.277	0,5
19	Netto Nord	1.191	0,5

20	Tegut	1.055	0,4
21	Kaes	752	0,3
22	Handelshof	722	0,3
23	Dennree	702	0,3
24	Alnatura	663	0,3
25	Klaas + Kock	635	0,3
26	Wasgau	523	0,2
27	Lüning	485	0,2
28	Budnikowsky	460	0,2
29	Chefs Culinar West	345*	0,2
30	Feneberg	335	0,1
31	Woolworth	331*	0,2
32	Dodenhof	303	0,1
33	Fleggaard	300*	0,1
34	Max Markt	272	0,1
35	Monolith	258*	0,1
36	Brülle & Schmelzer	255	0,1
37	EGV	243*	0,1
38	Hamberger	207*	0,1
39	Sorg	194	0,1
40	Frey & Kissel	184	0,1
41	Frische Paradies	176	0,1
42	Weiling	173	0,1
43	Mega	149*	0,1
44	Dewender	136*	0,1
45	Limbach	131*	0,1
46	Okle	131	0,1
47	Basic	126*	0,1
48	AEZ	114	0,0
49	Bio Company	108	0,0
50	Troiber	100*	0,0
51	Mattfeldt	87	0,0
52	VLG Südwest	85	0,0
53	Niggemann	83	0,0
54	LHG Eibelstadt	78	0,0
55	Naschwelt	76	0,0
56	Rinklin	75	0,0
57	Cames	72	0,0

58	Grell	72*	0,0
59	Evenord	69*	0,0
60	GWG	69*	0,0
61	Rullko	69*	0,0
62	Prohoga	67	0,0
63	UTZ	65	0,0
64	List	61	0,0
65	Netzhammer	61*	0,0
66	Enders	58	0,0
67	Möllers	57	0,0
68	Wehner	51*	0,0
69	EBL	50*	0,0
70	Galeries Lafayette	47*	0,0
71	Lang-Steudler	47	0,0
72	SuperBioMarkt	46	0,0
73	Ihr Platz	41	0,0
74	Haas & Birtel	38*	0,0
75	Schwalenstöcker & Gantz	38	0,0

TOP 75 NON-FOODBEDRIJVEN

	De TOP 75 non-food bedrijven	Totale omzet in miljoen euro	Marktaandeel (in %)
1	Metro-Gruppe	18.916*	30,4
2	Rewe-Gruppe	10.537*	17,0
3	Schwarz-Gruppe	6.035*	9,7
4	Tengelmann-Gruppe	5.235	8,4
5	Aldi-Gruppe	4.903*	7,9
6	Edeka-Gruppe	4.567*	7,3
7	Karstadt	2.967*	4,8
8	Globus	1.518	2,6
9	Müller	1.641	2,4
10	Bartels-Langness-Gruppe	850*	1,4
11	dm	584	0,9
12	Rossmann	502	0,8
13	Norma	454	0,7
14	Transgourmet Deutschland	408	0,7
15	Kaes	346	0,6
16	Woolworth	271*	0,4

17	Dodenhof	270*	0,4
18	Bünting	264	0,4
19	Tegut	211	0,3
20	Coop	204	0,3
21	Dohle-Gruppe	161*	0,2
22	Handelshof	144	0,2
23	Klaas + Kock	95	0,2
24	Brülle & Schmelzer	92	0,1
25	Budnikowsky	92	0,1
26	Lekkerland	84	0,1
27	Netto Nord	83	0,1
28	Limbach	62*	0,1
29	Lüning	58	0,1
30	Wasgau	52	0,1
31	Galleries Lafayette	37*	0,1
32	Dennree	35	0,1
33	Alnatura	33	0,0
34	Hamberger	31*	0,0
35	Frey & Kissel	30	0,0
36	Mega	30*	0,0
37	Feneberg	26	0,0
38	Evenord	21*	0,0
39	Sorg	21	0,0
40	Enders	20	0,0
41	Haas & Birtel	20*	0,0
42	Chef Culinar West	17*	0,0
43	Eberl	15*	0,0
44	Fleggaard	15*	0,0
45	Mix Markt	14	0,0
46	Monolith	13*	0,0
47	Okle	13	0,0
48	AEZ	11	0,0
49	Wehner	10*	0,0
50	Lang-Stuedler	9	0,0
51	Prohoga	9	0,0
52	Ihr Platz	8	0,0
53	Niggemann	8	0,0
54	Netzhammer	6*	0,0

55	Schwalenstöcker & Gantz	6	0,0
56	Cames	4	0,0
57	SuperBioMarkt	4	0,0
58	VLG Südwest	4	0,0
59	Dewender	3*	0,0
60	Frische Paradies	3	0,0
61	GVS	3	0,0
62	GWG	3*	0,0
63	GZ Wurzen	3	0,0
64	LHG Eibelstadt	3	0,0
65	Mattfeld	3	0,0
66	Möllers	3*	0,0
67	Rullko	3*	0,0
68	Troiber	3*	0,0
69	Bio Company	2	0,0
70	EGV	2*	0,0
71	EWS	2	0,0
72	Gulden & Schmidt	2*	0,0
73	Hoppe	2	0,0
74	List	2	0,0
75	LPG Biomarkt	2*	0,0

Bron: Trade Dimensions 2015

TOP 75 FOODBEDRIJVEN

	De TOP 75 food bedrijven	Totale omzet in miljoen euro	Marktaandeel (in %)
1	Edeka-Gruppe	45.498*	25,3
2	Rewe-Gruppe	26.917*	14,9
3	Schwarz-Gruppe	26.000*	14,4
4	Aldi-Gruppe	22.337*	12,4
5	Metro-Gruppe	10.808*	6,0
6	Lekkerland	8.369	4,6
7	dm	5.258	2,9
8	Rossmann	4.523	2,5
9	Globus	3.082	1,7
10	Bartels-Langness-Gruppe	2.959*	1,6
11	Transgourmet Deutschland	2.592	1,4
12	Norma	2.572	1,4

13	Tengelmann-Gruppe	2.105	1,2
14	Bünting	1.766	1,0
15	Dohle-Gruppe	1.164*	0,6
16	Müller	1.140	0,6
17	Netto Nord	1.108	0,6
18	Coop	1.073	0,6
19	Tegut	844	0,5
20	Denree	667	0,4
21	Alnatura	630	0,4
22	Handelshof	578	0,3
23	Klaas + Kock	540	0,3
24	Wasgau	471	0,3
25	Karstadt	443*	0,2
26	Lüning	427	0,2
27	Kaes	406	0,2
28	Budnikowsky	368	0,2
29	Chef Culinar West	328*	0,2
30	Feneberg	309	0,2
31	Fleggaard	285*	0,2
32	Mix Markt	258	0,1
33	Monolith	245*	0,1
34	EGV	241*	0,1
35	Hamberger	176*	0,1
36	Frische Paradies	173	0,1
37	Sorg	173	0,1
38	Weiling	171	0,1
39	Brülle & Schmelzer	163	0,1
40	Frey & Kissel	164	0,1
41	Dewender	133*	0,1
42	Basic	125*	0,1
43	Mega	119*	0,1
44	Okle	118	0,1
45	Bio Company	106	0,1
46	AEZ	103	0,1
47	Troiber	97*	0,1
48	Mattfeld	84	0,0
49	VLG Südwest	81	0,0
50	LHG Eibelstadt	75	0,0

51	Naschwelt	75	0,0
52	Niggemann	75	0,0
53	Rinklin	74	0,0
54	Grell	71*	0,0
55	Limbach	69*	0,0
56	Cames	68	0,0
57	GWG	66*	0,0
58	Rullko	66*	0,0
59	UTZ	64	0,0
60	Woolworth	60	0,0
61	List	59	0,0
62	Prohoga	58	0,0
63	Netzhammer	55*	0,0
64	Möllers	54	0,0
65	EBL	50*	0,0
66	Evenord	48*	0,0
67	SuperBioMarkt	42	0,0
68	Wehner	41*	0,0
69	Enders	38	0,0
70	Lang-Steudler	38	0,0
71	Dodenhof	33*	0,0
72	Ihr Platz	33	0,0
73	LPG Biomarkt	33	0,0
74	GVS	32	0,0
75	Schwalenstöcker & Gantz	32	0,0

Bron: Trade Dimensions 2015

Rangschikking fooddistributielijnen en hun top players

De rangschikkingen van de topspelers zijn gebaseerd op het onderzoek van *Trade Dimensions, 2015*

Discounters

Rang	Groep	Omzet 2013 in miljoen euro (*geschat)
1	Aldi-Gruppe (Aldi Süd, Aldi Nord)	27.240*
2	Lidl	18.500*
3	Edeka-Gruppe	14.280*
4	Penny	7.494
5	Norma	3.026
6	Netto Nord	1.191
Totaal marktaandeel:		100 %

Grote hypermarkten en hypermarkten

Rang	Groep	Omzet 2013 in miljoen euro (*geschat)
1	Kaufland	13.425*
2	Real	9.122*
3	Edeka-Gruppe	5.816*
4	Globus	3.262
5	Rewe Konzern	1.673*
6	Bartels-Langness-Gruppe	1.520*
7	Dohle-Gruppe	1.226
8	Bünting	864
9	Kaes	484
10	Coop	185
Totaal marktaandeel:		98,0%

Supermarkten

Rang	Groep	Omzet 2013 in miljoen euro (*geschat)
1	Rewe-Gruppe	10.869*
2	Kaiser's Tengelmann	2.133*
3	Edeka-Gruppe	1.522*
4	Coop	1.012
5	Tegut	801
6	Klaas + Kock	635
7	Alnatura	350*
8	Alnatura	300*

9	Wasgau	266
10	Dennree	186
Totaal marktaandeel:		95,2%

Groothandel - Cash & Carry

Rang	Groep	Omzet 2013 in miljoen euro (*geschat)
1	Metro C + C	5.164*
2	Transgourmet-Gruppe ¹	1.710*
3	Edeka-Gruppe	1.391
4	Handelshof	543
5	Brülle & Schmelzer	210
6	Hamberger	162*
7	Mattfeld	87
8	Wasgau	67
9	Mega	63*
10	Frische Paradies	55
Totaal marktaandeel:		95,3%

Drogisterijen

Rang	Groep	Omzet 2013 in miljoen euro (*geschat)
1	dm	5.842
2	Rossmann	4.990
3	Müller	2.768
4	Budnikowsky	460
Totaal marktaandeel:		99,7

Rangschikking belangrijke Duitse cateringbedrijven (alfabetisch)

ACCENTE GASTRONOMIE SERVICE GMBH

Ludwig-Erhard-Anlage 1, 60327 Frankfurt am Main

T: +49 69 75 60 2 0 | F: +49 69 74 98 21

www.accenteservices.de | info@accenteservices.de

APETITO AG

Bonifatiusstraße 305, 48432 Rheine

T: +49 5971 79 90 | F: +49 5971 799 9350

www.apetito.de | info@apetito.de

¹ 2011 Cash & Carry van REWE werd aan Transgourmet afgestoten.

ARAMARK HOLDINGS GMBH & CO. KG

Martin-Behaim-Str. 6, 63263 Neu-Isenburg

T: +49 6102 74 50 | F: +49 6102 74 52 34

www.aramark.de | info@aramark.de

BAYER GASTRONOMIE GMBH

Kaiser-Wilhelm-Allee 3, 51373 Leverkusen

T: +49 214 30 56141

www.bayer-gastronomie.de | daniela.siebe@bayer.com

COMPASS GROUP DEUTSCHLAND

Helfmann-Park 2, 65760 Eschborn

T: +49 6196 478 500 | F: +49 6196 478 569

www.compass-group.de | info.compass@compass-group.de

WISAG FACILITY SERVICE HOLDING GMBH & CO. KG

Herriotstraße 3, 60528 Frankfurt am Main

T: +49 69 50 50 44 0 | F: +49 69 50 50 44 333

www.wisag.de | anni.khosravi@wisag.de

DORFNER KG

Willstätterstr. 73, 90449 Nürnberg

T: +49 911 6802 0 | F: +49 911 6802 168

www.dorfner-gruppe.de | info@dorfner-gruppe.de

DUSSMANN SERVICE DEUTSCHLAND GMBH

Friedrichstraße 90, 10117 Berlin

T: +49 30 2025 0

www.dussmann.com | hotline@dussmann.de

EUREST DEUTSCHLAND GMBH

Helfmann-Park 2, 65760 Eschborn

T: +49 6196 478 500 | F: +49 6196 478 569

www.eurest.de | info.eurest@compass-group.de

KRUSCHINA GMBH & CO. KG

Schillerstraße 63, 70839 Gerlingen

T: +49 7156 9214 0 | F: +49 7156 9214 99

www.kruschina.de | unternehmensgruppe@kruschina.de

L & D GMBH

Friesdorfer Straße 151, 53175 Bonn

T: +49 228 555 235 0 | F: +49 228 555 235 29

www.l-und-d.de | zentrale@l-und-d.de

LSG LUFTHANSA SERVICE HOLDING AG

Dornhofstr. 38, 63263 Neu-Isenburg

T: +49 6102 240 0

www.lsgskycheffs.com | info@lsgskycheffs.com

MEYER MENÜ BETEILIGUNGS-GMBH

Teltower Str. 3, 33719 Bielefeld

T: +49 521 20 77 0 | F: +49 521 20 77 22

www.meyer-menue.de | info@meyer-menue.de

STOCKHEIM GMBH & CO. KG

Joseph-Beuys-Ufer 33, 40479 Düsseldorf

T: +49 2173 84 77 0 | F: +49 2173 84 77 348

www.stockheim.de | info@stockheim.de

HOFMANN-MENÜ-MANUFAKTUR GMBH

Adelbert-Hofmann-Str.6, 97944 Boxberg-Schweigern

T: +49 7930 601 0 | F: +49 7930 601 272

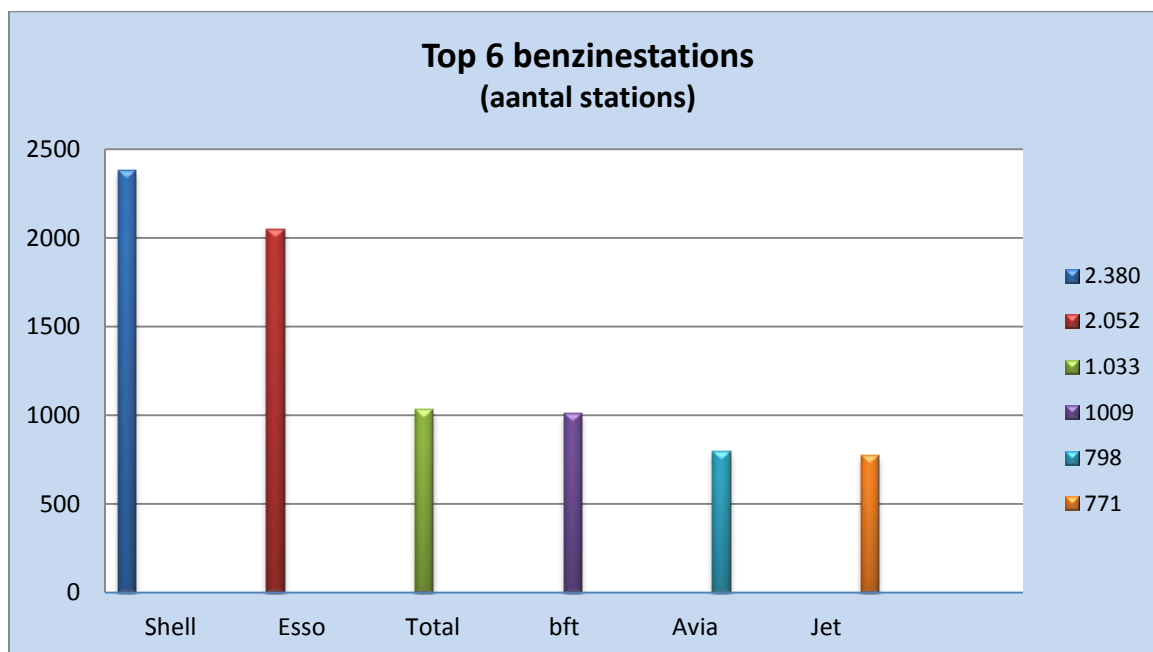
www.die-menue-manufaktur.de | info@hofmann-menue.de

Bron: www.gastronomie.de/neues/catering-45

Rangschikking benzinestations

Het tankstation wordt meer en meer een *one stop shop* voor voedingswaren en een snelle snack. Vooral Lekkerland bevoorraadt de tankstations.

De topspelers 2012 in Duitsland zijn:



Bron: www.welt.de/wirtschaft/article119335321/Der-schleichende-Tod-der-kleinen-Tankstellen.html

De **contactgegevens** van de belangrijkste benzinestations en hun distributeurs voor levensmiddelen.

Aral / BP

Aral Aktiengesellschaft

Wittener Straße 45, 44789 Bochum

T: +49 234 315 0 | F: +49 234 315 2679

www.aral.de | info@aral.de

Avia

Deutsche AVIA Mineralöl-GmbH
Grillparzerstraße 8, 81675 München
T: +49 89 455 045 73 | F: +49 89 455 045 973
www.avia.de

Eni

Eni Deutschland GmbH
Sonnenstraße 23, 80331 München
T: +49 89 59 07 0 | F: +49 89 59 63 03
www.eni.com

Esso / Exxon Mobil

ExxonMobil Central Europe Holding GmbH
Caffamacherreihe 5, 20355 Hamburg
T: +49 40 6393 0 | F: +49 40 6393 2211
www.esso.de

Jet

JET Tankstellen Deutschland GmbH
Caffamacherreihe 1, 20335 Hamburg
T: +49 40 63801 0
www.jet-tankstellen.de

TOTAL

TOTAL Deutschland GmbH
Jean-Monnet-Str. 2, 10557 Berlin
T: +49 30 2027 60 | F: +49 30 2027 8833
www.total.de | kommunikation@total.de

Orlen

Orlen Deutschland GmbH
Kurt-Wagener-Straße 7, 25337 Elmshorn
T: +49 4121 47 50 0 | F: +49 4121 47 50 4 30 00
www.orlen-deutschland.de | info@orlen-deutschland.de

6. De TOP 75 volgens omzetprognose in 2013

Rang	Groep	Pag.	Rang	Groep	Pag.
1	Edeka-AVA-Gruppe	35	27	Lüning	56
2	Rewe Group Zentrale	36	28	Budnikowsky	57
3	Schwarz-Gruppe	38	29	Chefs Culinar West	58
4	Metro-Gruppe	38	30	Woolworth	58
5	Aldi-Gruppe	39	31	Feneberg	59
6	Lekkerland	40	32	Fleggaard	59
7	Tengelmann-Gruppe	41	33	Dodenhof	60
8	dm	42	34	Mix Markt	61
9	Rossmann	43	35	Monolith	61
10	Globus	43	36	Brülle & Schmelzer	62
11	Bartels-Langness Gruppe	44	37	EGV	62
12	Karstadt	45	38	Hamberger	63
13	Norma	45	39	Sorg	64
14	Transgourmet Holding	46	40	Weiling	65
15	Müller	47	41	Frische Paradies	65
16	Bünting	48	42	Frey & Kissel	65
17	Dohle-Gruppe	49	43	Mega	66
18	Coop	49	44	Dewender	67
19	Netto Nord (Dansk Supermarked)	51	45	Limbach	67
20	Tegut	51	46	Basic	68
21	Denree	52	47	Bio Company	69
22	Kaes	52	48	Okle	69
23	Handelshof	53	49	AEZ	70
24	Alnatura	54	50	Troiber	70
25	Klaas + Kock	55	51	Mattfeld	71
26	Wasgau	55	52	Niggemann	72

53	VLG Südwest	72	65	List	79
54	Rinklin	73	66	Enders	80
55	LHG Eibelstadt	74	67	Möllers	80
56	Cames	74	68	EBL	81
57	Naschwelt	75	69	SuperBioMarkt	82
58	Grell	75	70	Wehner	82
59	Evenord	76	71	Lang-Steudler	83
60	Rullko	77	72	Galeries Lafayette	84
61	Prohoga	77	73	Ihr Platz	84
62	UTZ	78	74	GVS	85
63	GWG	78	75	Schwalenstöcker & Gantz	86
64	Netzhammer	79			

Bron: Trade Dimensions, 2015

Contact ♦ Distributielijnen ♦ Zakencijfers

1. EDEKA-ZENTRALE AG & Co. KG



EDEKA ZENTRALE AG

New-York-Ring 6, 22297 Hamburg

T: +49 40 63 77 0 | F: +49 40 63 77 22 31

www.edeka.de | info@edeka.de

Zaakvoerders

Markus Mosa (Vorsitzender, Einkauf, Marketing)

Dr. Michael Wulst (IT, Logistiek)

Martin Scholvin (Finanzen, Personal)

Inkoopverantwoordelijken

Gottfried von Laue (Frische 2)

Sandra Schmid (Frische 1)

Hans-Jürgen Moog (Trockensortiment 1)

Dr. Dirk Eßmann (Trockensortiment 2)

Mario Slunitschek (Frucht-/Weinkontor)

Frank Staffeld (Gesamt Non-food)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Marktkauf, Ratio	Hypermarkten	124
E-Center, Aktiv Discount	Hypermarkten	193
E-neukauf, E-Reichelt, Edeka	Grote supermarkten	231
E-Aktiv Markt, Edeka, Kupsch	Supermarkten	5
Netto, Netto City, NP, Diska, Treff 3000	Discountwinkels	4.782
Profi, Top Getränke, Trinkgut, Netto	Drankenhandels	348
K&U, Wünsche, Büsch, Schürmann, Schäfers´etc.	Bakkerijen	1.742
Schwarzwaldhof	Beenhouwerijen	1

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Herkules	Grote bouwmaterialenhandels	23
Sport Treff	Sportwinkels	17
Technik-Partner	Grote speciaalzaken in electrotechnisch materieel	18

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
E-C+C Großmarkt	C+C	114
Edeka, E-aktiv Markt, E-neukauf, Nah & gut, div.	Groothandels	5.852
CSK	Groothandels	935
EDEKA C+C Großmarkt	Grootverbruik	32.700

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 50.104*

2014: 46.249*

Foodaandeel 2013: 90,8%*

Non-foodaandeel 2013: 9,2%*

2. REWE KONZERN



REWE-Zentral-Aktiengesellschaft

Domstr. 20, 50668 Köln

T: +49 221 149 0 | F: +49 221 149 9000

www.rewe-group.com | info@rewe-group.com

Zaakvoerders

Alain Caparros (Vorstandsvorsitzender)
 Dr. Christian Mielsch
 Jan Kunath
 Lionel Souque
 Manfred Esser
 Frank Wiemer

Inkoopverantwoordelijken

Manfred Esser (Leiter Einkauf)
 Hubert Schumacher (Einkauf Food 1)
 Eugenio Guidoccio (Einkauf Food 2)
 Gerlinde Sulzmaier (Einkauf Non-food 3)
 Torsten Stau (Strategischer Einkauf Non-food)
 Dirk Höfer (Einkauf Food 2)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
(Toom), Rewe Center, Akzenta	Hypermarkten	97
Rewe, Rewe City, Standa	Grote supermarkten	1.598
Perfetto, Karstadt	Grote supermarkten	46
Temma, Rewe to go	Supermarkten	12
Penny	Discountwinkels	2.201
Toom, Kölner Weinkeller	Speciale grote drankenhandels	57
Glocken-Bäckerei, Rothermel	Bakkerijen	272

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Toom, B1	Grote bouwmaterialenhandels	353
Klee, B1 Gartendiscouter	Tuincentra	7
Kressner	Textielmarkten	9

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Rewe, Rewe XL, Nahkauf, div.	Groothandels	1.943
Atlasreizen, DER, Derpart div.	Reisbureaus & reisondernemingen	575

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 34.514
 2014: 34.993*
 Foodaandeel 2014: 70,8%*
 Non-foodaandeel 2014: 29,2%*

3. SCHWARZ GRUPPE



SCHWARZ Unternehmens Treuhand KG

Rötelstr. 30 – 35, 74172 Neckarsulm

T: +49 7132 94 00 | F: +49 7132 94 03 00

www.kaufland.de | service@kaufland.de

www.lidl.de | info@lidl-shop.de

Zaakvoerders

Frank Lehmann (Kaufland)

Sven Seidel (Lidl)

Inkoopverantwoordelijken

Frank Hirnschal (Kaufland)

Robin Goudsblom (Lidl)

Distributieverantwoordelijken

Gabriele Wolff (Kaufland)

René Engel (Lidl)

Walter Stracke (Lidl)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Kaufland	Hypermarkten	637
Lidl	Discountwinkels	3.230

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 32.035*

2014: 30.495*

Foodaandeel: 81,2%*

Non-foodaandeel: 18,8%*

4. METRO GRUPPE



METRO AG

Metro-Str.1, 40235 Düsseldorf

T: +49 211 6886 0 | F: +49 211 6886 28 00

www.metrogroup.de | kontakt@metro.de

Zaakvoerders

Olaf G. Koch

Heiko Hutmacher

Marc Frese

Pieter August Haas

Inkoopverantwoordelijken

Patrick Müller-Sarmiento (Real Food)

Jörg Kramer (Real Non-food)

Wolfgang Kirsch (Media-Saturn)

Alain Cappannelli (Metro C+C)

Distributieverantwoordelijken

Didier Fleury (Real)

Lovro Mandac (Kaufhof)

Wolfgang Kirsch (Media-Saturn)

Axel Hluchy (Metro C+C)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Real, Food	Grote hypermarkten	309
Galeria Kaufhof, Kaufhof, Lust for Life	Grootwarenhuizen	105

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Media-Markt, Saturn	Grote speciaalzaken in electrotechnisch materieel	413
Sportarena, Wanderzeit	Sportwinkels	17

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Metro, C+C Schaper	C+C	107

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 29.724*

2014: 29.456*

Foodaandeel: 36,6%*

Non-foodaandeel: 63,4%*

5. ALDI-GRUPPE



ALDI EINKAUF GMBH & Co. oHG (Aldi-Nord)

Eckenbergstr. 16, 45307 Essen-Kray

T: +49 201 8 59 30 | F: +49 201 8 59 33 19

www.aldi-nord.de | impresum@aldi-nord.de

ALDI EINKAUF GMBH & Co. oHG (Aldi-Süd)

Burgstr. 37-39, 45476 Mülheim a.d. Ruhr

T: +49 208 992 70 | F: +49 208 992 7278

www.aldi-sued.de | mail@aldi-sued.de

Zaakvoerders Aldi-Nord

Theo Albrecht

Oliver Elsner

Werner Feddern

Dr. Marc Heußinger

Inkoopverantwoordelijke

Rolf Buyle

Zaakvoerders Aldi-Süd

Markus Balter
 Ralf Borbet
 Dr. David Godschalk
 Reiner Mischke
 Martin Thesing
 Oliver Pollhammer
 Dr. Christian Terlinde
 René Karczewski
 Sven van den Boomen

Inkoopverantwoordelijke

Jeannette Thull

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Aldi-Nord (2.416), Aldi-Süd (1.838)	Discountwinkels	4.254

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 27.240*
 2014: 28.100*
 Foodaandeel: 82,0%*
 Non-foodaandeel: 18,0%*

6. LEKKERLAND**LEKKERLAND Deutschland GmbH & Co. KG**

Europaallee 57, 50226 Frechen
 T: +49 2234 1821 0 | F: +49 2234 1821 100
www.lekkerland.de | info@lekkerland.de

Zaakvoerders

Frank Fleck (GF Deutschland)
 Peter Spittelbauer (GF Finanzen)
 Rikus Kolster (Einkauf)
 Matias Jennebach (Vertrieb)
 Dr. Michael Müller-Wunsch (IT)
 Paul Gerß (Personal)
 Jürgen Stolz (Vertrieb)

Inkoopverantwoordelijken

Rikus Kolster (Gesamt)
 Klaus Lützig (Food)
 Michael Korten (Getränke)
 Peter Pütz (Tabakwaren)
 Marc Oliver Heinze (Foodservice)
 Michael Lindmeyer (Non-food)

Distributieverantwoordelijken

Frank Bündgen
 Jürgen Stolz
 Jan-Dirk Büsselmann

Winkel	Soort	Aantal
Lekkerland	Groothandels	58.600

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	8.453
2014:	8.600*
Foodaandeel:	99,0%*
Non-foodaandeel:	1,0%*

7. TENGELMANN-GRUPPE



TENGELMANN-Gruppe

Wissollstr. 5-43, 45478 Mülheim a.d. Ruhr

T: +49 208 58060

www.kaisers-tengelmann.de | public-relations@uz.tengelmann.de

Zaakvoerders

Karl-Erivan W. Haub (CEO)

Inkoopverantwoordelijken

Paolo Alemagna (Obi)
Rainer Knbach (KiK)
Thomas Kühnle (Kaiser's Tengelmann)

Distributieverantwoordelijken

Raimund Luig (Kaiser's Tengelmann)
Heinz Speet (KiK)
Franz-Peter Tepasß (Obi)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Kaiser's Tengelmann	Kleine hypermarkten, supermarkten	503

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Obi	Grote bouwmaterialenhandels en tuincentra	331
KiK	Grote textielwinkels	2.552

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	7.340
2014*:	7.365*
Foodaandeel:	28,2%*
Non-foodaandeel:	71,8%*

8. dm



dm-drogerie Markt GmbH & Co. KG

Carl-Metz-Str. 1, 76185 Karlsruhe

T: +49 721 55 92 0 | F: +49 721 55 22 13

www.dm.de | servicecenter@dm.de

Zaakvoerders

Erich Harsch (Vors. der Geschäftsführung)
Christian Bodi (Logistik)
Ulrich Maith (Produktmanagement)
Martin Dallmeier (Finanzen, Controlling)
Roman Melcher (IT)
Petra Schäfer (Marketing, Beschaffung)
Christoph Werner (Marketing, Beschaffung)
Markus Trojansky (Expansion)
Christian Harsm (Mitarbeiter)

Inkoopverantwoordelijken

Petra Schäfer
Christoph Werner

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Dm	Grote drogisterijwinkels	1.598

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 5.842
2014: 6.425*
Foodaandeel: 90,0%
Non-foodaandeel: 10,0%

9. ROSSMANN



DIRK ROSSMANN GmbH

Isernhägener Str. 16, 30938 Burgwedel

T: +49 5139 89 80 | F: +49 5139 898 4999

www.rossmann.de | info@rossmann.de

Zaakvoerders

Dirk Roßmann (Geschäftsführer)
Klaus Praus (Einkauf/rossmann.de)
Roland Frobel (Finanzen)
Alice Schardt-Roßmann (Eigenmarken/Non-food)

Inkoopverantwoordelijken

Rainer Kloeters (CM Drogerie)
Michael Naujock (CM OTC, Süßsw., International)
Uwe Matthäus
Raoul Roßmann (CM Non-food)
Sandra Lorenz (Eigenmarken)

Distributieverantwoordelijken

Monika Burzan (Gesamt)
Florian Knauer
Thomas Borchering

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Rossmann. Rossmann Express	Grote drogisterijwinkels	1.960

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	5.025
2014:	5.740
Foodaandeel:	90,0%
Non-foodaandeel:	10,0%

10. GLOBUS



GLOBUS HOLDING GMBH & CO. KG

Leipziger Str. 8, 66606 St. Wendel
T: +49 6851 90 90 | F: +49 6851 90 96 00
www.globus.de | kundenservice@globus.de

Zaakvoerders

Thomas Bruch
Christian Heins
Johannes Scupin
Dominik Scheid
Olaf Schomaker
Rainer Muck
Norbert Schillo

Inkoopverantwoordelijken

Markus Buntz (Food)
Erich Huwer (Baumärkte)
Timo Huwer (Baumärkte)

Distributieverantwoordelijken

Johannes Scupin (SBW)
Timo Huwer (Baumärkte/ Alpha Etcc)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Globus	Grote hypermarkten	46

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Globus Baumarkt, Hela	Grote bouwmaterialenhandels	85
Alpha Tecc	Speciaalzaken in electrotechnisch materieel	8

Bruto-omzet (in miljoen euro)	
2012/2013:	4.600
2013/2014:	4.593
Foodaandeel:	66,9%
Non-foodaandeel:	33,1%

11. BARTELS-LANGNESS-GRUPPE



BARTELS-LANGNESS Handelsgesellschaft mbH & Co. KG

Alte Weide 7-13, 24116 Kiel

T: +49 431 16 96 0 | F: +49 431 1 69 61 20

www.bela.de | info@bela.de

Zaakvoerders

Frank Braun
 Julius Nommensen (Grosshandel)
 Volker Bluhm (Grosshandel)
 Christian Lahrtz
 Klaus Stechöfer (Familia, Markant)
 Fritz Philip Langness (Familia, Markant)
 Dr. Hermann Langness

Inkoopverantwoordelijken

Lars Malachewitz (Food)
 Bernd Münster (Non-food)

Distributieverantwoordelijken

Fritz Langness (Familia/Markant)
 Klaus Stechhöfer
 Lothar Jackstadt (C+C)
 Torben Nickel (C+C)
 Julius Nommensen

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Familia	Hypermarkten	82
Markant, Markant, nah & frisch, Delikatessen Peters	Supermarkten	30
Steiskal, Backeria, Dat Backhus	Bakkerijen	197

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Das Futterhaus	Dierenwinkels	11

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Bela C+C	C+C	4
Ihre Kette, IK – Ihr Kaufmann, Markant, nah & frisch, ...	Groothandels	1.500

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	2.200*
2014:	2.300*
Foodaandeel:	76,0%*
Non-foodaandeel:	24,0%*

12. KARSTADT



KARSTADT Warenhaus GmbH

Theodor-Althoff-Str. 2, 45133 Essen

T: +49 20172 71 | F: +49 201/ 7 27 52 16

www.karstadt.de | info@karstadt.de

Zaakvoerders

André Maeder (Premium)

Simon Rider (Sports)

René Benko (Inhaber)

Miguel Müllenbach (Finanzen)

Roland Armbruster (Premium)

Inkoopverantwoordelijken

Jane Munro-Hall (DBO)

Gillian Berkman (Gesamt)

Distributieverantwoordelijke

Thomas Wanke

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Karstadt, KaDeWe, K-Town, Alsterhaus, Oberpollinger	Warenhuizen	91

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Karstadt Sports	Grote sportwinkels	28

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2012/2013:	3.410*
2013/2014:	3.230*
Foodaandeel:	13,0%*
Non-foodaandeel:	87,0%*

13. NORMA



NORMA Lebensmittelfilialbetrieb Stiftung & Co. KG

Heisterstr. 4, 90441 Nürnberg

T: +49 911 759 19 93 | F: +49 911 73 47 69

www.norma-online.de | gl.sekretariat@norma-online.de

Zaakvoerders

Robert Tjón (GF/Sprecher)
 Karl Hoyer (GI Verwaltung, Finanzen)
 Christian Sitzmann (GI Verkauf)
 Jean-Philippe Mathis (GL Einkauf International)
 Wolfgang Stütz (GL Verkauf)
 Winfried Vogt (GI Verkauf, Expansion, Logistik)
 Richard Ellmann (GL Verwaltung, Finanzen)

Inkoopverantwoordelijken

Jean-Philippe Mathis (International)
 Wolfgang Stütz (National)

Distributieverantwoordelijken

Christian Sitzmann
 Winfried Vogt

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Norma	Discountwinkels	1.293

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	3.026
2014:	3.145*
Foodaandeel:	85,0%*
Non-foodaandeel:	15,0%*

14. TRANSGOURMET HOLDING AG

TRANSGOURMET

OHG Transgourmet GmbH & Co

Wilhelm-Theodor-Römheld-Str. 18, 55130 Mainz

T: +49 61 31 50 2 0 | F: 49 61 31 59 23 93

www.transgourmet.de | kontakt@transgourmet.de

Zaakvoerders

Xavier Buro (Fegros/Selgros)
 John Matthew (Fegros/Selgros)
 Frank Seipelt (Rewe-Foodservice)
 Holger Penndorf (Fegros/ Selgos)
 Thomas Wallrabenstein (Rewe-Foodservice)
 Manfred Hofer

Inkoopverantwoordelijken

Holger Penndorf (Fegros/ Selgos)
 Manfred Hofer (Rewe-Foodservice)

Distributieverantwoordelijken

Holger Penndorf (Abholung)
 Martin Kölle (Gemeinschaftsverpflegung)
 Stefan Fenske (Gastronomie)
 Dr. Klaus Fröhlich (Systemkunden)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Selgros, Cash & Carry, Transgourmet Cash & Carry	C+C	47
Kuhn	Groothandels	270
Transgourmet Foodservice	Groothandels	35.000

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	3.000
2014:	3.010*
Foodaandeel:	86,4%*
Non-foodaandeel:	13,6%*

15. MÜLLER



MÜLLER Großhandels Ltd & Co. KG

Albstr. 92, 89081 Ulm

T: +49 731 17 40 | F: +49 731 174 174

www.mueller.de | info@mueller.de

Zaakvoerders

Erwin Franz Müller
Elke Menold

Inkoopverantwoordelijke

Helmut Glaser
Carsten Weithe (Drogerie)
Elke Menold

Distributieverantwoordelijke

Elke Menold

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Müller	Grote drogisterijwinkels	505

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2012/2013:	2.781
2013/2014:	2.857
Foodaandeel:	41,0%
Non-foodaandeel:	59,0%

16. BÜNTING



J. BÜNTING Beteiligungs AG

Brunnenstr. 37, 26789 Leer

T: +49 491 808 0 | F: +49 491 808 255

www.buenting.de | info@buenting.de

Zaakvoerders

Manfred Neumann (Vorst.-Vorsitzender)
 Rolf Warnders (Vorstand Finanzen)
 Raimund Mecke (Familia)
 Stefan Tenk (Combi)
 Rudolf Gartmann (BEL, Markant Ostwestf.)
 Torsten Westebbe (Markant Nordwest)
 Alois Kruth (BEL)
 Claus Meyer (Bünting Systemkunden)
 Friedrich-August Fisbeck (Telepoint)
 Florian Sieg (WGO)
 Dr. Jörg Rösner (IT)
 Frank Harder (Telepoint)
 Joosten Brüggemann (Bünting E-Commerce)

Inkoopverantwoordelijke

Alois Kruth

Distributieverantwoordelijken

Raimund Mecke (Familia)
 Ernst Baumann (Combi)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Familia, Familia XXL	Grote hypermarkten en hypermarkten	21
Combi	Grote supermarkten	73
Bünting Coloniale	Speciale levensmiddelenwinkels	4

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Telepoint	Speciaalzaken in electrotechnisch materieel	15

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Ihre Kette, Markant, Jibi, Coma, diverse	Groothandels	700

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 2.030
 2014: 2.100*
 Foodaandeel: 87,0%*
 Non-foodaandeel: 13,0%*

17. HIT (DOHLE-GRUPPE)**HIT-Handelsgruppe GmbH & Co. KG**

Jean-Dohle-Straße 1, 53721 Siegburg
 T: +49 2241 122 0 | F: +49 2241 122 479
www.hit.de | kontakt@hit.de

Zaakvoerders

Lothar Klopsch (Vertrieb)
 Dr. Carl Bauerschmitz (IT, Finanzen)
 Gert Schambach
 Patrick Höhn (Hit Frische)

Inkoopverantwoordelijke

/

Distributieverantwoordelijke

Gert Schambach

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Hit	Grote hypermarkten en hypermarkten	75

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	1.100
2014:	1.120*
Foodaandeel:	92.0%*
Non-foodaandeel:	8,0%*

18. COOP**COOP eG**

Benzstr. 10, 24148 Kiel

T: +49 431 7250 0 | F: +49 431 7250 496

www.coop.de | info@coop.de
Zaakvoerders

Rüdiger Kasch
 Thorsten Tygges

Inkoopverantwoordelijke

Jens Dunkel

Distributieverantwoordelijke

Mirko Butter

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Sky Center, Sky XXL	Grote hypermarkten	13
Sky, Direkt	Grote supermarkten	173
Unser Norden, Delikatessa Marina	Speciaalhandels	6

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Plaza Bau- und Gartencenter	Grote bouw- en tuinmaterialenhandels	11

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Sky, Topkauf	Groothandels	69

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	1.277
2014:	1.320*
Foodaandeel:	84,0%*
Non-foodaandeel:	16,0%*

19. NETTO NORD (DANSK SUPERMARKED)



Netto ApS & Co. KG

Preetzer Straße 22, 17153 Stavenhagen
T: +49 3995 43 60 0 | F: +49 3995 43 60 199
www.netto.de | info@netto.de

Zaakvoerders

Mortan Möberg-Nielsen
Margit Kühn (stellv. GF)
Claus Juel-Jensen

Inkoopverantwoordelijken

Norman Jammrath (Gesamt)
Stefanie Bull (Trockensortiment)
Christoph Schäfer (Non-food)

Distributieverantwoordelijke

Tino Carnarius

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Netto	Discountwinkels	350

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	1.191
2014:	1.200*
Foodaandeel:	93,0%*
Non-foodaandeel:	7,0%*

20. TEGUT



tegut...gute Lebensmittel GmbH & Co. KG

Gerloser Weg 72, 36039 Fulda
T: +49 661 104 0 | F: +49 661 104 496
www.tegut.com | info@tegut.com

Zaakvoerders

Thomas Gutberlet (Vorsitzender)
 Ralf Schwarz (Einkauf Gesamt)
 Lukas Sommer (Regie-EH)
 Klaus-Peter Keil (SEH)
 Karl-Heinz Brand (Personal)
 Michael Egerer (Logistik)
 Dirk Knoll (Finanzen, IT)
 Alexander Wilhelm (Expansion, Bau, Immobilien)

Inkoopverantwoordelijke

Ralf Schwarz

Distributieverantwoordelijken

Lukas Sommer (Regie- EH)
 Klaus-Peter Keil (SEH)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Tegut, Tegut City	Hypermarkten, supermarkten en discountwinkels	129

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Tegut Nah & Gut, Tegut Lädchen für alles	Groothandels	138

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 1.055

2014: 1.066

Foodaandeel: 80,0%

Non-foodaandeel: 20,0%

21. DENNREE**DENNREE GmbH**

Hofer Straße 11, 95183 Töpen

T: +49 9295 18 0 | F: +49 9295 18 8001

www.dennree.de | zentrale@dennree.de

Zaakvoerder

Thomas Greim

Inkoopverantwoordelijken

Jens Schinnerling (Gesamt/Trockensortiment)
 Petra Renner (Obst, Gemüse)
 Karin Ortlepp-Sachsenwenger (Mopro)

Distributieverantwoordelijken

Dieter Kuhn (Denn's Biomarkt)
 Susanne Morawietz-Heinrich (Großhandel)
 Orland Mikrut

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Denn's Biomarkt	Supermarkten	143

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Naturgut, Bio Frische Markt, Voll Corner Biomarkt, div.	Biogroothandels	1.300

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	702
2014:	800*
Foodaandeel:	95,0%
Non-foodaandeel:	5,0%

22. KAES (V-MARKT)

V-MARKT

GEORG JOS. KAES GmbH

Am Ring 15, 87665 Mauerstetten

T: +49 8341 8070 | F: +49 8341 8072 02

www.v-markt.de | info@v-markt.de

Zaakvoerders

Helmut Hermann

Herfried Christl

Horst Hermann

Inkoopverantwoordelijken

Thomas Große (Food)

Thomas Kleinbeck (Non-food)

Distributieverantwoordelijke

Kurt Schwab

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
V-Markt	Hypermarkten	37

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
V-Markt Heimwerker Markt	Grote bouwmaterialenhandels	12
Christl's Modemarkt	Grote kledingszaken	4
V-Markt SB-Tankstelle	Tankstations	177

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
C & C Abhollager	C+C	1

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	752
2014:	770
Foodaandeel:	54,0%*
Non-foodaandeel:	46,0%*

23. HANDELSHOF



Handelshof Management GmbH

Viktoriastr. 26, 51149 Köln

T: +49 2203 1706 0 | F: +49 2203 1706 100

www.handelshof.de | info@handelshof.de

Zaakvoerders

Wolfgang Baer
Dr. Wilhelm von Moers
Kai Patrick Merleker

Inkoopverantwoordelijken

Jürgen Kempff (Food)
Karl-Heinz Plum (Non-food)
Dirk Nennen (Frischfleisch)

Distributieverantwoordelijke

Holger Dinkheller

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Handelshof, Handelshof Kanne	C+C	16
Handelshof, Handelshof Kanne	Groothandels	3.000

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	722
2014:	734
Foodaandeel:	80,0%*
Non-foodaandeel:	20,0%*

24. ALNATURA



Alnatura Produktions- und Handels GmbH

Darmstädter Str. 63, 64404 Bickenbach

T: +49 6257 93 22 0 | F: +49 6257 93 22 688

www.alnatura.de | info@alnatura.de

Zaakvoerders

Dr. Götz E. Rehn
Wulf K. Bauer

Inkoopverantwoordelijke

Berhard Sauer

Distributieverantwoordelijken

Berhard Sauer (Filialen)
Markus Naumann (Großhandel)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Alnatura	Supermarkten en superettes	91

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	663
2014:	720*
Foodaandeel:	95,0%*
Non-foodaandeel:	5,0%*

25. K + K KLAAS + KOCK



K+K KLAAS + KOCK B.V. & Co. KG

Ochtruper Str. 165, 48599 Gronau

T: +49 2562 18 362 | F: +49 2562 25 479

www.klaas-und-kock.de | kontakt@klaas-und-kock.de

Zaakvoerders

Hans Klaas

Rolf Klaas

Joachim Klaas

Inkoopverantwoordelijken

Josef Feldhues (food)

Hans Klaas jr. (Non-food)

Distributieverantwoordelijke

Günter Tuke

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
K + K Markt	Grote supermarkten	214

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	635
2014:	640*
Foodaandeel:	85,0%
Non-foodaandeel:	15,0%

26. WASGAU



Wasgau Produktions- und Handels AG

Blocksbergstr. 183, 66955 Pirmasens

T: +49 6331 558 0 | F: +49 6331 558 109

www.wasgau-ag.de | info@wasgau-ag.de

Zaakvoerders

Alois Kettern (Vorsitzender)
 Wolfgang Dausend (Produktion)
 Dr. Eugen Heim (Logistik)
 Bernd Ebert (Einzelhandel)

Inkoopverantwoordelijke

Erich Zell (Category Manager)

Distributieverantwoordelijken

Bernd Ebert (Einzelhandel)
 Peter Scharf (Cash & Carry)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Wasgau Center	Hypermarkten	10
Wasgau, Wasgau Frischemarkt	Grote supermarkten	71
Getränke-Discount	Drankenhandel	1
Wasgau	Bakkerijen	9
Wasgau	Speciale vleeshandels	5

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Wasgau C+C	C+C	7
nah & frisch, div.	Groothandels	75

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 523
 2014: 535*
 Foodaandeel: 90,0%*
 Non-foodaandeel: 10,0%*

27. LÜNING**Lüning Handels-GmbH & Co. KG**

Westerwieher Str. 33, 33397 Rietberg
 T: +49 5244 705 0 | F: +49 5244 705 145
www.luening.de | info@luening.de

Zaakvoerders

Wolfgang Rieländer
 Phillipp Rieländer
 Bernhard Christians
 Johannes Krukenmeyer

Inkoopverantwoordelijke

Hans Wolfslau

Distributieverantwoordelijke

Johannes Krukenmeyer

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
E-Center	Hypermarkten	3
Edeka, Elli	Grote supermarkten	16

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
SB-Center	Hypermarkten	10

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
C+C Großmarkt	C+C	1
Max Lüning, Elli	Groothandels	732

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	485
2014:	490*
Foodaandeel:	88,0%
Non-foodaandeel:	12,0%

28. BUDNIKOWSKY



Jeden Tag Gutes tun.

IWAN BUDNIKOWSKY GmbH & Co. KG

Wandsbeker Königstraße 62, 22041 Hamburg

T: +49 40 68 27 9 0 | F: +49 40 68 27 9 1599

www.budni.de | info@budni.de

Zaakvoerders

Cord Wöhlke
Christoph Wöhlke
Julia Wöhlke

Inkoopverantwoordelijken

Andreas Völckers
Manfred Rickers

Distributieverantwoordelijke

Christoph Wöhlke

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Budnikowsky	Grote drogisterijwinkels	180

Bruto-omzet (in miljoen euro)	
2013:	460
2014:	487
Foodaandeel:	80,0%
Non-foodaandeel:	20,0%

29. JOMO (CHEFS CULINAR)



CHEFS CULINAR West GmbH & Co. KG

Holtumsweg 26, 47652 Weeze

T: +49 2837 80 0 | F: +49 2837 80 107

www.jomo-grosshandel.de | info-we@chefsculinar.de

Zaakvoerders

Dr. Christian Moll

Hans-Gerd Janssen

Walter Meesters

Inkoopverantwoordelijke

Walter Meesters

Distributieverantwoordelijke

Hans-Gerd Janssen

Winkel	Soort	Aantal
Jomo	Grootverbruikers	3.500

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2012:	330*
2013:	345*
Foodaandeel:	95,0%
Non-foodaandeel:	5,0%

30. WOOLWORTH



WOOLWORTH GmbH

Former Str. 6, 59425 Unna

T: +49 2303 59 38 100 | F: +49 2303 59 38 389

www.woolworth.de | info@woolworth.de

Zaakvoerders

Hans-Dieter Schindel

Thomas Leege

Alexander Schmökel (Einkauf)

Heinz Lutermann (Logistik)

Dirk Landwehr (Personal)

Inkoopverantwoordelijke

Alexander Schmökel

Distributieverantwoordelijke

Thomas Leege

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Woolworth	Grootwarenhuizen	264

Netto-omzet (in miljoen euro)	
2013:	331*
2014:	342*
Foodaandeel:	18,0%
Non-foodaandeel:	82,0%

31. FENERBERG



FENERBERG Lebensmittel GmbH

Ursulasrieder Str. 2, 87437 Kempten
T: +49 831 57 17 0 | F: +49 831 57 17 344
www.feneberg.de | info@feneberg.de

Zaakvoerders

Christof Feneberg
Hannes Feneberg
Thomas Feneberg

Inkoopverantwoordelijke

Michael Wanner

Distributieverantwoordelijke

Michael Wanner (SM)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Kaufmarkt Feneberg	Hypermarkten	15
Feneberg	Supermarkten	61

Bruto-omzet (in miljoen euro)	
2013:	335
2014:	336
Foodaandeel:	92,1%
Non-foodaandeel:	7,9%

32. FLEGGGAARD



FLEGGGAARD GmbH

Industrieweg 27, 24955 Harrislee
T: +49 461 77 30 27 01 | F: +49 461 77 30 27 39
www.fleggaard.dk | info@fleggaard.dk

Zaakvoerders

Nils Sterndorff (Fleggaard)
Martin Striib (Calle)

Inkoop- en distributieverantwoordelijke

Fleming Oestergaard

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Fleggaard	Grote supermarkten	6
Calles	Supermarkten	9

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	300*
2014:	305*
Foodaandeel:	95,0%
Non-foodaandeel:	5,0%

33. DODENHOF



dodenhof Posthausen KG

Hauptstrasse 1, 28869 Posthausen

T: +49 4297 30 | F: +49 4297 3 196

www.dodenhof.de | info@dodenhof.de

Zaakvoerders

René Flohr (SBW)

Stefan Brockmann (Ottersberg)

Oliver Hansen (Kaltenkirchen/Möbel)

Michael Juhr (Kaltenkirchen/Mode)

Inkoopverantwoordelijke

René Flohr (Food)

Distributieverantwoordelijke

René Flohr (SBW)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Dodenhof	Grote hypermarkten	1

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
Dodenhof Möbel	Grote meubelzaken	1
Dodenhof Mode	Grote kledingzaken	2

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	303*
2014:	303*
Foodaandeel:	11,0%*
Non-foodaandeel:	89,0%*

34. MIX MARKT



MIX GMBH MONOLITH-GRUPPE

Hertzstraße 3/1, 71083 Herrenberg

T: +49 7032 91 77 00 | F: +49 7032 91 77 19

www.mixmarkt.de | infomixzentrale@monolith-gruppe.com

Zaakvoerder

Eugen Henning (Mix Markt)

Inkoopverantwoordelijke

Stefan Miller

Distributieverantwoordelijke

Eugen Henning

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Mix Markt, Mini Mix Markt	Supermarkten	150

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 272

2014: 290

Foodaandeel: 95,0%

Non-foodaandeel: 5,0%

35. MONOLITH



MONOLITH WEST GmbH

Zum Frenser Feld 4a, 50127 Bergheim

T: +49 2273/949 540 | F: +49 2273 9495 419

www.monolith-gruppe.eu | info@monolith-gruppe.com

Zaakvoerder

Alexander Völker (Monolith International/Süd)

Arthur Steinhauer (Monolith Nord)

Hermann Völker (Monolith Ost/Süd)

Peter Schuju (Monolith West/Mitte)

Waldemar Heckmann (Monolith Süd)

Alexander Wagner (Monolith West)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Mini Markt, Prima, diverse	Grootverbruikers	2.000

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	258*
2014:	275*
Foodaandeel:	95,0%
Non-foodaandeel:	5,0%

36. BRÜLLE & SCHMELTZER

BRÜLLE & SCHMELTZER GmbH & Co. KG

Mercklinghausstraße 13-17, 59557 Lippstadt

T: +49 2941 200 0 | F: +49 2941 200 189

www.sb-zentralmarkt.de | info@sbzentralmarkt.de

Zaakvoerders

Gerhard Brülle
Allan Brülle

Inkoopverantwoordelijken

Jörg Knop (Food)
Ernst-Lothar Horbach (Non-food)

Distributieverantwoordelijken

Ernst-Lothar Horbach
Karl-Heinz Irmer

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
SB-Zentralmarkt	C+C	6
Intergast, Brülle & Schmelzer	Grootverbruikers	2.200

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	255
2014:	258
Foodaandeel:	64,0%
Non-foodaandeel:	36,0%

37. EGV



EGV Lebensmittel für Großverbraucher AG

Werler Straße 42, 59423 Unna

T: +49 2303 942010 | F: +49 2303 41000

www.egv-group.de | info@egv-group.de

Zaakvoerders

Christian Heumann
Matthias Heumann

Inkoopverantwoordelijken

Rainer Kischelewski
Christian Heumann

Distributieverantwoordelijke

Matthias Heumann

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
EGV, Frischdienst Express, EGV Mahlmann	Grootverbruikers	7.200

Bruto-omzet (in miljoen euro)
 2013: 243*
 2014: 255*
 Foodaandeel: 99,0%
 Non-foodaandeel: 1,0%

38. HAMBERGER



Hamberger Großmarkt GmbH

Friedenstraße 16, 81671 München

T: +49 89 41306 0 | F: +49 89 41306 250

www.hamberger-cc.de | info@hamberger-cc.de

Zaakvoerders

Günter Titius
 Inge Hamberger-Titius
 Oliver Titius
 Ralf Decker

Inkoopverantwoordelijken

Günter Titius
 Oliver Titius

Distributieverantwoordelijke

Gerhard Kohberger

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Hamberger Großmarkt	C+C	3

Bruto-omzet (in miljoen euro)
 2013: 207*
 2014: 204*
 Foodaandeel: 85,0%
 Non-foodaandeel: 15,0%

39. SORG



OMEGA SORG GmbH

Margarete-Steiff-Straße 2, 73457 Essingen

T: +49 7361 94 70 0 | F: +49 7361 94 70 70

www.omega-sorg.de | info@omega-sorg.de

Zaakvoerders

Hans Sorg
 Jürgen Sorg

Inkoop- en distributieverantwoordelijke

Hans Sorg

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Omega C+C Markt, Handelshof	C+C	2
Service-Bund Omega-Sorg	Grootverbruikers	8.800

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	194
2014:	202
Foodaandeel:	91,0%
Non-foodaandeel:	9,0%

40. WEILING



WEILING GmbH

Erlenweg 134, 48653 Coesfeld

T: +49 2541 747 0 | F: +49 2541 747 68

www.weiling.de | info@weiling.de

Zaakvoerders

Bernd Weiling
Dr. Peter Meyer

Inkoopverantwoordelijke

Bernd Weiling

Distributieverantwoordelijke

Alfred Thier

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Bioladen Weiling	Bio-supermarkt	1

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Bioladen	Grootverbruikers	1.200

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	173
2014:	192*
Foodaandeel:	99,0%
Non-foodaandeel:	1,0%

41. FRISCHE PARADIES



FrischeParadies KG

Lärchenstraße 101, 65933 Frankfurt

T: +49 69 351026 0 | F: +49 69 351026 26

www.frischeparadies.de | info@frischeparadies.de

Zaakvoerder

Dietmar Mükusch

Inkoopverantwoordelijke

Susanne Prangen

Distributieverantwoordelijke

Christian Horaczek

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Frische Paradies	C+C	8
Frische Paradies	Groothandels	8.900

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 176

2014: 184

Foodaandeel: 98,0%

Non-foodaandeel: 2,0%

42. FREY & KISSEL



FREY & KISSEL - Wilhelm Schacherer GmbH & Co. KG

Herrenbergstraße 13, 76825 Landau

T: +49 6341 685 0

www.freykissel.de | info@freykissel.de

Zaakvoerders

Dr. Dieter Wolf (Geschäftsführer)

Thomas Wegmann (GL - Vertrieb)

Axel Mengler (Organisation/EDV)

Alois Spies (Personal)

Inkoopverantwoordelijken

Tom Staller

Norbert Müller (CM Non-food/Drogerie)

Distributieverantwoordelijken

Thomas Wegmann (GL- Vertrieb)

Bernhard Würth (VL Supermarkt)

Manfred Ambos (VL C+C)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
SBK, SBK compact	Grote hypermarkten en hypermarkten	10
Ihre Kette extra, nah und gut Kissel	Supermarkten en superettes	7
SBK Getränkeland	Drankenhandels	4

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
C+C Großeinkauf	C+C	2
Ihre Kette, Ihre Kette extra	Groothandels	3
Intergast C & C Großeinkauf	Grootverbruikers	380

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	184
2014:	170
Foodaandeel:	84,3%
Non-foodaandeel:	15,7%

43. Mega

MEGA Das Fach-Zentrum für die Metzgerei und Gastronomie eG

Schlachthofstr. 6, 70188 Stuttgart

T: +49 711 1684 0 | F: +49 711 1684 125

www.mega-stuttgart.de | info@mega-stuttgart.de

Zaakvoerders

Marc Klaiber
Samuel Rüger
Kurt Matthes

Inkoopverantwoordelijken

Helmut Schäfer
Gerhard Römer

Distributieverantwoordelijke

Peter Köhrer

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Mega	C+C	6
Mega	Grootverbruikers	3.800

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	149*
2014:	155*
Foodaandeel:	80,0%
Non-foodaandeel:	20,0%

44. DEWENDER



JOSEF DEWENDER Lebensmittelgroßhandlung

Spezialgeschäft für Großküchen

Darpestraße 40, 44793 Bochum

T: +49 234 5295 0 | F: +49 234 5220 83

www.dewender.com | info@dewender.com

Zaakvoerders

Hans-Josef Dewender

Christoph Dewender

Michael Dewender

Inkoopverantwoordelijke

Michael Renneberg

Distributieverantwoordelijke

Martin Anke

GROOTHANDEL

Winkel	Soort	Aantal
Dewender	Grootverbruikers	1.800

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 136*

2014: 136*

Foodaandeel: 98,0%

Non-foodaandeel: 2,0%

45. LIMBACH (VORTEIL CENTER)

ANTON LIMBACH Inh. Dr. Michaela Limbach-Mertens

Anton-Limbach-Str. 1, 53567 Asbach

T: +49 2683 570 | F: +49 2683 57200

www.vorteil-center.de | info@vorteil-center.de

Zaakvoerders

Dr. Jürgen Mertens

Dr. Michaela Limbach-Mertens

Inkoopverantwoordelijken

Ludwig Reuschenbach (Food)

Herbert Muss (Non-food)

Distributieverantwoordelijke

Herbert Muss

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Vorteil Center	Hypermarkten	2

NON-FOOD

Winkel	Soort	Aantal
I & M Vorteil Baucenter	Grote bouwmaterialenhandels	3
Medimax	Grote speciaalzaken in electrotechnisch materiaal	2

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	131*
2014:	132*
Foodaandeel:	29,0%
Non-foodaandeel:	71,0%

46. BASIC



BASIC Aktiengesellschaft Lebensmittelhandel

Richard-Strauss-Straße 48 / 1.OG, 81677 München

T: +49 89 30 66 896 0 | F: +49 89 30 66 896 690

www.basicbio.de | info@basic-ag.de

Zaakvoerder

Stephan Paulke

Inkoopverantwoordelijke

Gerhard Sailer

Distributieverantwoordelijke

Stephan Paulke

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Basic	Bio-supermarkten	26

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	126*
2014:	130*
Foodaandeel:	99,0%
Non-foodaandeel:	1,0%

47. Bio Company



Bio Company GmbH

Rheinstraße 45-46, 12161 Berlin

T: +49 30 325 1422 100 | F: +49 30 325 1422 900

www.biocompany.de | info@biocompany.de

Zaakvoerders

Georg Kaiser

Hubert Bopp

Inkoop- en distributieverantwoordelijke

Manuel Pundt

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Bio Company	Supermarkten	43

Bruto-omzet (in miljoen euro)	
2013:	108
2014:	125
Foodaandeel:	98,0%*
Non-foodaandeel:	2,0%*

48. OKLE



Okle GmbH Großhandelszentrale

Hochwaldstr. 1-7, 78224 Singen
 T: +49 7731 829 0 | F: +49 7731 829 229
www.okle.de | info@okle.de

Zaakvoerders

Hans-Philipp Okle
 Reiner Sailer
 Kurt Herl

Inkoopverantwoordelijke

Kurt Herl

Distributieverantwoordelijke

Herbert Prell

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Markant Nah & Frisch	Supermarkt	1
Landmarkt, IK Ihr Kaufmann, Markant Nah & Frisch	Groothandels	340

Bruto-omzet (in miljoen euro)	
2013:	131
2014:	125
Foodaandeel:	90,0%
Non-foodaandeel:	10,0%

49. AEZ



AEZ Amper Einkaufs Zentrum GmbH

Kurt-Huber-Ring 12, 82256 Fürstenfeldbruck
 T: +49 8141 3120 0 | F: +49 8141 3120 88
www.aez.de | info@aez.de

Zaakvoerders

Dr. Udo Klotz
 Klaus Klotz

Inkoopverantwoordelijken

Dr. Udo Klotz (Food)
 Klaus Klotz (Food, Süß-/Backwaren)
 Dr. Eva Klotz (Non-food)

Distributieverantwoordelijke

Dr. Eva Klotz

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
AEZ	Hypermarkten	10

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	114
2014:	117
Foodaandeel:	90,0%
Non-foodaandeel:	10,0%

50. TROIBER



Xaver Troiber e.K.

Vilshofener Str. 31, 94544 Hofkirchen

T: +49 8545 17 0 | F: +49 8545 17 40

www.troiber.de | info@troiber.de

Zaakvoerders

Günter Troiber
Erwin Reiser

Inkoopverantwoordelijke

Dieter Waas

Distributieverantwoordelijke

Robert Klima

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
C & C Markt	C+C	1
Service-Bund Troiber	Grootverbruik	5.200

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	100*
2014:	102*
Foodaandeel:	97,0%*
Non-foodaandeel:	3,0%*

51. Mattfeld



Peter Mattfeld und Sohn GmbH

Lagerstr. 17, 20357 Hamburg

T: +49 40 43 205 0 | F: +49 40 43 20 53 08

www.mattfeld.de | info@mattfeld.de

Zaakvoerders
Kai Mattfeld
Matthias Rudolph

Inkoop- en distributieverantwoordelijke
Rolf Tofelde

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Mattfeld	C+C	1

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	90
2014:	92
Foodaandeel:	97,0%
Non-foodaandeel:	3,0%

52. Niggemann



Niggemann Food Frischemarkt GmbH

Speicherstr. 4-8, 44809 Bochum

T: +49 234 9037 00 | F: +49 234 9037 124

www.niggemann.de | info@niggemann.de

Zaakvoerder
Rainer Altendeitering

Inkoop- en distributieverantwoordelijken
Peter Küster en Rainer Altendeitering

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Niggemann	C+C	1
Niggemann	Grootverbruikers	520

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	83
2014:	85
Foodaandeel:	90,0%*
Non-foodaandeel:	10,0%*

53. VLG Südwest



VLG Großverbraucherdienst Südwest GmbH

Straße des 13. Januar 9-13, 66121 Saarbrücken

T: +49 681 68709 0 | F: +49 681 68709 49

www.vlggvd.de | info@vlggvd.de

Zaakvoerders

Werner Hempel

Thomas Hempel

Ralf Schneider

Inkoopverantwoordelijke

Ralf Schneider

Distributieverantwoordelijke

Achim Koch

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
C-Gro	C+C	2
VLG Südwest	Grootverbruikers	1.600

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 85

2014: 85

Foodaandeel: 95,0%*

Non-foodaandeel: 5,0%*

54. Rinklin



Rinklin Naturkost GmbH

Bruckmatten 18, 79356 Eichstetten

T: +49 7663 9394 0 | F: +49 7663 9394 95

www.rinklin-naturkost.de | info@rinklin-naturkost.de

Zaakvoerders

Wilhelm Rinklin

Erwin Reiser

Armin Rinklin

Harald Rinklin

Jochen Rinklin

Inkoopverantwoordelijke

Wilhelm Rinklin

Distributieverantwoordelijke

Harald Rinklin

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Rinklin	Grootverbruikers	600

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	75
2014:	80
Foodaandeel:	99,0%*
Non-foodaandeel:	1,0%*

55. LHG Eibelstadt



LHG Lebensmittelhandels GmbH & Co. Betr. KG

Untere Au 7, 97246 Eibelstadt

T: +49 9303 809 0 | F: +49 9303 809 62

www.lhg.de | info@lhg.de

Zaakvoerders

Bernd Weykopf
Dr. Thomas Dörfelt

Inkoopverantwoordelijke

Georg Hubert

Distributieverantwoordelijke

Anja Roggenbuck

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Gutkauf, Um's Eck, Nah & Frisch, Landmarkt	Grootverbruikers	1.250

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	78
2014:	79*
Foodaandeel:	96,0%*
Non-foodaandeel:	4,0%*

56. Cames

CAMES

Peter Cames GmbH & Co. KG

Moselstraße 3, 41464 Neuss

T: +49 2131 9447 0 | F: +49 2131 9447 60

www.cames-grosshandel.de | vertrieb@comes-neuss.de

Zaakvoerders

Michael Cames
Peter Cames

Inkoopverantwoordelijke

Petra Fünfer

Distributieverantwoordelijke

Siegfried Hundshammer

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Cames	Grootverbruikers	1.400

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	72
2014:	78
Foodaandeel:	94,0%
Non-foodaandeel:	6,0%

57. Naschwelt



Naschwelt Süßwarenvertrieb Weser-Ems GmbH & Co.KG

Änne-Coppenrath-Str. 2, 49744 Geeste

T: +49 5937 92 610 | F: +49 5937 92 61 19

www.naschwelt.com | info@naschwelt.com

Zaakvoerder

Heinz Wessels

Inkoopverantwoordelijken

Heinz Wessels

Viktor Heinze

Distributieverantwoordelijke

Viktor Heinze

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Naschwelt	Grootverbruikers	1.100

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	76
2014:	77*
Foodaandeel:	99,0%*
Non-foodaandeel:	1,0%*

58. Grell Nachfolger Naturkost GmbH & Co. KG



C.F. Grell Nachf. Naturkost GmbH & Co. KG

Feldstraße 3b ,24568 Kaltenkirchen

T: +49 4191 9503 0 | F: +49 4191 9503 90

www.grell.de | info@grell.de

Zaakvoerder
Andreas Ritter-Ratjen

Inkoopverantwoordelijken
Andrea Preß
Jan Bolten

Distributieverantwoordelijke
Rainer Broitzmann

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Grell	Grootverbruikers	320

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 72*
2014: 73*
Foodaandeel: 98,0%*
Non-foodaandeel: 2,0%*

59. Evenord



Evenord eG

Schlachthofstraße 10, 90439 Nürnberg
T: +49 911 92619 0 | F: +49 286017
www.evenord.de | info@evenord.de

Zaakvoerders
Horst Schneider
Hans Kittler
Karl-Heinz Lorenz

Inkoopverantwoordelijke
Reiner Stockfleth

Distributieverantwoordelijken
Gerhard Meyer (Food)
Bernd Vogl (Gastronomie)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Evenord C+C-Markt	C+C	8
Evenord	Grootverbruikers	2.200

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 69*
2014: 71*
Foodaandeel: 70,0%*
Non-foodaandeel: 30,0%*

60. Rullko



Rullko Großeinkauf GmbH & Co. KG

Hellweg 33, 59063 Hamm

T: +49 2381 588 0 | F: +49 2381 588 48

www.rullko.de | info@rullko.de

Zaakvoerders

Carl-Dieter Ostermann

Marie-Christine Ostermann

Inkoopverantwoordelijke

Udo Sixel

Distributieverantwoordelijke

Manfred Vogt

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Rulko SB-Markt	C+C	1
Intergast Rulko	Grootverbruikers	8.050

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 69*

2014: 70*

Foodaandeel: 95,0%*

Non-foodaandeel: 5,0%*

61. Prohoga



PROHOGA GmbH & Co. KG

Salinenstr. 56, 78054 Villingen-Schwenningen

T: +49 7720 83 35 0 | F: +49 7720 83 35 60

www.prohoga.de | info@prohoga.de

Zaakvoerder

Holger Lauffer

Inkoopverantwoordelijke

Gunter Seibt

Distributieverantwoordelijke

Armin Ebner

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Prohoga	C+C	2
Intergast Prohoga	Grootverbruikers	920

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 65

2014: 68

Foodaandeel: 86,0%

Non-foodaandeel: 14,0%

62. Utz



UTZ GmbH & Co. KG

Kolpingstraße 40, 88416 Ochsenhausen

T: +49 7352 9202 0 | F: +49 7352 9202 99

www.utz-lebensmittel.de | info@utz-lebensmittel.de

Zaakvoerders

Rainer Utz

Roswitha Utz-Parusel

Inkoopverantwoordelijke

Ulrich Merkle

Distributieverantwoordelijken

Albert Schilling

Jens Schröder

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Gutkauf, Ums´Eck, Markt nah & Frisch, div.	Grootverbruikers	1.000
Utz	Supermarkt	1

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 65

2014: 66

Foodaandeel: 98,0%

Non-foodaandeel: 2,0%

63. GWG

GWG Grenzwarenvertriebsgesellschaft Gert Wiltschek GmbH & Co. KG

Industrieweg 40, 24955 Harrislee

T: +49 461 7731 53100 | F: +49 461 7731 5224

www.poetzsch-padborg.dk | info@poetzsch-padborg.dk

Zaakvoerder

Gert Wiltschek

Inkoop- en distributieverantwoordelijke

Gert Wiltschek

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Poetzsch, Border Shop, Kobmandsgarden e.a.	Grootverbruikers	7

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 69*

2014: 65*

Foodaandeel: 95,0%*

Non-foodaandeel: 5,0%*

64. Netzhammer



Netzhammer Grosshandels GmbH

Güterstr. 23, 78224 Singen

T: +49 7731 99 88 0 | F: +49 7731 99 88 19

www.netzhammer.de | info@netzhammer.de

Zaakvoerders, inkoop- en distributieverantwoordelijken

Emil Netzhammer

Pius Netzhammer

Georg Netzhammer (enkel zaakvoerder)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
C & C Markt	C+C	3
Intergast Netzhammer	Grootverbruikers	1.000

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 61*

2014: 64*

Foodaandeel: 90,0%*

Non-foodaandeel: 10,0%*

65. List



Wilhelm LIST Nachfolger GmbH & Co. KG

Lilienthalstr. 1, 38644 Goslar

T: +49 5321 569 0 | F: +49 5321 569 117

www.list-goslar.com | info@list-goslar.com

Zaakvoerder

Rainer-Rudolf von Oehsen

Inkoopverantwoordelijken

Dirk Bothe (Trocken)

Detlef Streit (Frische)

Distributieverantwoordelijke

Uwe Heidt

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
List SB, Fondaco	C+C	1
Ligos	Groothandels	845
Service-Bund List	Grootverbruikers	780

Bruto-omzet (in miljoen euro)	
2013:	61
2014:	61*
Foodaandeel:	97,0%*
Non-foodaandeel:	3,0%*

66. Enders



ENDERS GmbH & Co. KG

Endersstr. 4-8, 35447 Reiskirchen
T: +49 6408 88 0 | F: +49 6408 88 133

www.fleischerei-profi.de | info@enders.de

Zaakvoerders

Karl-Ludwig Enders
Ludwig Enders
Tobias Enders

Inkoopverantwoordelijken

Lutz Nargang (Food)
Klaus Kämpfer (Non-food)

Distributieverantwoordelijke

Bernd Linkmann

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Enders C & C	C+C	2
Intergast Enders	Grootverbruikers	1.840

Bruto-omzet (in miljoen euro)	
2013:	56
2014:	60
Foodaandeel:	65,0%
Non-foodaandeel:	35,0%

67. Möllers



Bernhard Möllers GmbH & Co. KG

Liebigstr. 120, 50823 Köln
T: +49 221 59 49 0 0 | F: +49 221 59 49 0 310

www.moellers-online.de | info@moellers-online.de

Zaakvoerder
Till Middendorf

Inkoopverantwoordelijken
Ben Alscher (Fleisch, Geflügel)
Salvatore Botrugno (Fisch)
Jérôme Brindle (Getränke)
Holger Hopp (Wurst, Schinken, Käse)
Stephan Friedrichs (Obst, Gemüse)
Armin Hink (Convenience, Non-food)

Distributieverantwoordelijke
Antonio Giricz

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Möllers C & C Markt	C+C	1
Intergast Möllers	Grootverbruikers	4.122

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 57
2014: 58
Foodaandeel: 95,0%
Non-foodaandeel: 5,0%

68. EBL



EBL–naturkost GmbH & Co. KG

Am Grünen Weg 1, 90766 Fürth
T: +49 911 951 74 0 | F: +49 911 951 74 111
www.ebl-naturkost.de | ebl@ebl-naturkost.de

Zaakvoerder
Gerhard Bickel

Inkoopverantwoordelijke
Karin Weber

Distributieverantwoordelijke
Jürgen Oswald

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
EBL Naturkost	Supermarkten	23

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 50
2014: 55*
Foodaandeel: 99,0%*
Non-foodaandeel: 1,0%*

69. SuperBioMarkt



SuperBioMarkt AG

Hansestraße 81, 48165 Münster

T: +49 2501 9855 0 | F: +492501 9855 29

www.superbiomarkt.com | info@superbiomarkt.com

Zaakvoerder

Michael Radau

Inkoop- en distributieverantwoordelijke

Martin Kintrup

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
SuperBioMarkt	Supermarkten	22

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013: 46

2014: 55

Foodaandeel: 92,0%

Non-foodaandeel: 8,0%

70. Wehner



Wehner Lebensmittel GmbH & Co. KG

Kreuzbergstrasse 37, 36043 Fulda

T: +49 661 4958 0 | F: +49 661 4958 444

www.groma.de | info@groma.de

Zaakvoerders

Wolfgang Wehner

Dr. Eugen Wehner

Hermann Schneider

Oliver Wehner

Inkoop- en distributieverantwoordelijke

Jürgen Zentgraf

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Wehner-Groma Großmarkt	C+C	3
Intergast Wehner Groma	Grootverbruikers	1.500

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	51*
2014:	52*
Foodaandeel:	80,0%
Non-foodaandeel:	20,0%

71. Lang-Stuedler



C+C Oberallgäu Lang-Stuedler GmbH

Hofen 18, 87544 Blainach

T: +49 8321 800 6 0 | F: +49 8321 800 6 90

www.cc-oberallgaeu.de | info@cc-oberallgaeu.de

Zaakvoerders

Robert Lang-Stuedler

Michael Lang-Stuedler

Jakob Baumann

Inkoopverantwoordelijke

Michael Lang-Stuedler

Distributieverantwoordelijke

Jörg Daniel

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
C & C Oberallgäu	C+C	1
Lang-Stuedler	Grootverbruikers	3.000

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	47
2014:	49
Foodaandeel:	80,0%*
Non-foodaandeel:	20,0%

72. Galeries Lafayette (D)



Galeries Lafayette (Deutschland) GmbH

Französische Straße 23, 10117 Berlin

T: +49 30 209480 | F: +49 30 20948102

www.galeries-lafayette.de | berlin@galerieslafayette.de

Zaakvoerder

Vincent Sénécot

Inkoopverantwoordelijken

Matthias Winsel (Gesamt)

Cedric Duperray (Gourmet)

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Galeries Lafayette	Grootwarenhuis en warenhuis	1

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	47*
2014:	48*
Foodaandeel:	22,0%*
Non-foodaandeel:	78,0%*

73. Ihr Platz



Ihr Platz FÜR SIE GmbH

An der Münze 12-18, 50668 Köln
T: +49 221/160410 | F: +49 221 16041800
www.ihr-platz.de | info@ihr-platz.de

Zaakvoerders

Artur Rogoszynski
Mark Stephen Pohl

Inkoopverantwoordelijke

Sonja Massafra

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Ihr Platz	Drogisterijen	68

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	41
2014:	45
Foodaandeel:	80,0%
Non-foodaandeel:	20,0%

74. GVS



GVS Lebensmittelhandel GmbH & Co. Handelsges. KG

Lehrberger Str. 12, 90431 Nürnberg
T: +49 911 3189401 | F: +49 911 3189423
www.gvsgroup.de | info@gvsgroup.de

Zaakvoerders

Martin Huster
Markus Mallmann

Inkoopverantwoordelijke

Martin Hunster

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
SB Großmarkt	C+C	2
GVS	Grootverbruikers	2.100
GVS	Tankstation	1

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	35
2014:	41
Foodaandeel:	90,0%
Non-foodaandeel:	10,0%

75. Schwalenstöcker und Gantz**Schwalenstöcker & Gantz GmbH**

Frankenberger Landstraße 20, 34497 Korbach

T: +49 5631 5007-0 | F: +49 5631 5007 66

www.schwalli.servicebund.de | service@schwalli.de

Zaakvoerder

Thomas Raabe

Inkoopverantwoordelijke

Andreas Haidl

Distributieverantwoordelijke

Ingo Kotschwar

DETAILHANDEL LEVENSMIDDELEN

Winkel	Soort	Aantal
Schwalenstöcker & Gantz	C+C	1
Service-Bund Schwalenstöcker & Gantz	Grootverbruikers	3.600

Bruto-omzet (in miljoen euro)

2013:	38
2014:	40*
Foodaandeel:	95,0%
Non-foodaandeel:	5,0%

Inkoopverantwoordelijken food in de regionale hoofdzetels van de Top 2

EDEKA GRUPPE

Afdeling	Inkoopverantwoordelijke
<p>Edeka Handelsgesellschaft Hessenring mbH Unter dem Schöneberg 20, 34212 Melsungen T: +49 5661 72 0 F: +49 5661 723 42</p>	<p>Hans-Jürgen Steffen (Gesamt) Ralf Kramer (Sportfachmärkte)</p>
<p>Edeka Minden-Hannover Stiftung & Co. KG Wittelsbacherallee 61, 32427 Minden T: +49 571 802 0 F: +49 571 802 1556 www.edeka-minden.de info@minden.edeka.de</p>	<p>Dirk Körner (Food) Frank-Rainer Kaul (Food) Carsten Essler (Non-food)</p>
<p>Edeka Handelsgesellschaft Nord mbH Gadelander Straße 120, 24539 Neumünster T: +49 4321 985 0 F: +49 4321 985 227 presse-nord@edeka.de www.edeka-nord.de</p>	<p>Stefan Giese</p>
<p>Edeka Handelsgesellschaft Nordbayern-Sachsen-Thüringen Stiftung & Co KG Edekastraße 3, 97228 Rottendorf T: +49 9302 28 0 F: +49 9302 28 214 nordbayern@edeka.de www.edeka-nordbayern.de</p>	<p>Heiko Kordmann</p>
<p>Edeka Handelsgesellschaft Rhein-Ruhr mbH Chemnitzer Straße 24, 47441 Moers T: +49 2841 209 0 F: +49 2841 209 2435 rr-info@edeka.de www.rhein-ruhr.edeka.de</p>	<p>Torsten Gooden</p>
<p>Edeka Handelsgesellschaft Südbayern mbH Ingolstädter Straße 120, 85080 Gaimersheim T: +49 8458 62 0 F: +49 8458 62 500 suedbayern@edeka.de www.edeka-suedbayern.de</p>	<p>Werner Gruber (Food) Oliver Simon (Non-food) Stefan Wittmann (C+C, GV)</p>
<p>Edeka Handelsgesellschaft Südwest mbH Edekastraße 1, 77656 Offenburg T: +49 781 502 0 F: +49 781 502 6180 kundenservice@edeka-suedwest.de www.edeka-suedwest.de</p>	<p>Klaus Fickart</p>

Afdeling	Inkoopverantwoordelijke
REWE Markt GmbH Zweigniederlassung Mitte Raiffeisenstraße 5-9, 61191 Rosbach T: +49 6003 58 0 F: +49 6003 85 24 62 info@rewe-group.com www.rewe.de	Michael Tokarski
REWE Markt GmbH Zweigniederlassung Nord Oststraße 75, 22844 Norderstedt T: +49 40 52204 0 F: +49 52204 455	Thorsten Ritscher
REWE Markt GmbH Zweigniederlassung Ost Rheinstraße 8, 14513 Teltow T: +49 3328 3314 0 F: +49 3328 3314 17	Jan Schleicher
REWE Markt GmbH Zweigniederlassung Süd Dieselstraße 21-27, 85386 Eching T: +49 8165 78 0 F: +49 8165 78 405 info@rewe-group.com www.rewe.de	Edmund Pillekamp
REWE Markt GmbH Zweigniederlassung Südwest Im unteren Wald, 69168 Wiesloch T: +49 6222 574 0 F: +49 6222 574 309 info@rewe-group.com www.rewe.de	Klemens Knopf
REWE Markt GmbH Zweigniederlassung West Rewestraße 8, 50354 Hürth T: +49 2233 9673 0 F: +49 2233 9673 290 info@rewe-group.com www.rewe.de	Udo Ohmen
REWE Dortmund Großhandel eG Asselner Hellweg 1-3, 44309 Dortmund T: +49 231 25 00 0 F: +49 231 25 00 174 post@rewe-dortmund.de www.rewe-dortmund.de	Dieter Lohsträter (Frischwaren) Thomas Breskot (Trockensortiment)

<p>OHG Transgourmet GmbH & Co. Wilhelm-Theodor-Römheld-Str. 18, 55130 Mainz T: +49 6131 50 20 F: +49 6131 59 23 93 kontakt@transgourmet.de www.transgourmet.de</p>	<p>Manfred Hofer (Zustellung) Holger Penndorf (Abholung)</p>
<p>KARSTADT Feinkost Verwaltungs GmbH (Rewe-Konzern) Stolberger Straße 92, 50933 Köln T: +49 221 149 5121 F: +49 149 9512 www.perfetto.de</p>	<p>Reinhard Bruckmaier</p>

ANUGA - KEULEN

Wereldbeurs voor voeding

Focus: voeding, delicatessen, drank, gevogelte, zuivelproducten, vis, diepvries, vleeswaren, bakkerijproducten, confiserie, fruit, groenten, roomijs, uitrusting voor grootkeukens, barbecuetoestellen en -toebehoren, catering, franchising, natuurproducten

Industriesector: voeding, gastronomie, winkelinrichting
Aantal exposanten 2013: 6.777
Oppervlakte 2013 (bruto): 262.000 m²
Bezoekers 2013: 155 000 vakbezoekers
Interval: tweejaarlijks
Data: 10.10.2015 – 14.10.2015
Internet: www.anuga.de
E-mail: anuga@koelnmesse.de

ANUGA FOODTEC - KEULEN

Internationale vakbeurs voor levensmiddelentechnologie

Focus: verpakkingstechniek, automatisering, milieutechniek, biotechnologie, informatietechniek

Industriesector: voedings- en verpakkingsmachines
Aantal exposanten 2015: 1.289
Oppervlakte 2015 (bruto): 127.000 m²
Bezoekers 2015: 43.000
Interval: driejaarlijks
Data: 20.03.2018 - 23.03.2018
Internet: www.anugafoodtec.de
E-mail: anugafoodtec@koelnmesse.de

BIOFACH - NÜRNBERG

Wereldbeurs voor bioproducten

Focus: producten/voeding uit biologische teelt, leder, cosmetica, schoonmaakmiddelen, speelgoed, geschenkartikelen, papier, meubelen, textiel

Industriesector: verschillende sectoren, consumptiegoederen
Aantal exposanten 2015: 2.141
Oppervlakte 2015 (bruto): 86.200 m²
Bezoekers 2015: 44.624 vakbezoekers
Interval: jaarlijks
Data: 10.02.2016 – 13.02.2016
Internet: www.biofach.de

E-mail: info@biofach.de

BIOTECHNICA - HANNOVER

Internationale vakbeurs voor biotechnologie

Focus: biotechnologie, toebehoren, voeding, landbouw, farmacologie, milieu

Industriesector: optiek, labotechniek, biotechnologie

Aantal exposanten 2013: 616

Oppervlakte 2013 (bruto): 23.400 m²

Bezoekers 2013: 10.000 vakbezoekers

Interval: tweejaarlijks

Data: 06.10.2015 – 08.10.2015

Internet: www.biotechnica.de

E-mail: biotechnica@messe.de

FACHPACK - NÜRNBERG

Vakbeurs voor verpakkings-, markeringstechniek en verpakkingsmiddelen productie

Focus: verpakkingen, verpakkingshulpmiddelen, verpakkingsmachines, controle-inrichtingen, logistiek, opbergtechnieken, recycling

Industriesector: voedings- en verpakkingsmachines

Aantal exposanten 2013: 1.439

Oppervlakte 2013 (bruto): 89.500 m²

Bezoekers 2013: 34.598 vakbezoekers

Interval: tweejaarlijks (indien Interpack Düsseldorf niet plaatsvindt)

Data: 29.09.2015 – 01.10.2015

Internet: www.fachpack.de

E-mail: fachpack@nuernbergmesse.de

FISH INTERNATIONAL - BREMEN

Internationale vakbeurs voor vis en zeevruchten: Trading Market, Technology, Logistics, Point of Sale

Focus: vis, zeevruchten, visverwerking, diepvriesvoeding, conserven, koeltechniek, transport & logistiek, verpakkingsmachines, winkelinrichting

Industriesector: voeding

Aantal exposanten 2014: 230

Oppervlakte 2014 (bruto): 14.100 m²

Bezoekers 2014: 10.983 vakbezoekers

Interval: tweejaarlijks

Data: 14.02.2016 - 16.02.2016

Internet: www.fishinternational.com

E-mail: info@fishinternational.de

FRUIT LOGISTICA - BERLIJN

Internationale beurs voor fruit- en groentemarketing

Focus: software, groenten, stockagetechniek, noten, fruit, ecologische producten, transport, gedroogd fruit, verpakkingstechniek, productpresentatie

Industriesector: voeding en dranken
Aantal exposanten 2015: 2.795
Oppervlakte 2015 (bruto): 116.000 m²
Bezoekers 2015: 65.000 vakbezoekers
Interval: jaarlijks
Data: 03.02.2016 – 05.02.2016
Internet: www.fruitlogistica.de
E-mail: fruitlogistica@messe-berlin.de

GÄSTE - LEIPZIG

Internationale vakbeurs voor gastronomie en hotellerie

Focus: restaurantinrichtingen, kleine meubelen, voeding, hotelinrichting, computer-hardware, software, communicatietechniek

Industriesector: gastronomie, winkelinrichting
Aantal exposanten 2013: 213
Oppervlakte 2013 (bruto): 15.200 m²
Bezoekers 2013: 18.000
Interval: tweejaarlijks
Data: 14.09.2015 - 17.09.2015
Internet: www.gaeste.de
E-mail: n.osberghaus@leipziger-messe.de

INTERNATIONALE GRÜNE WOCHE - BERLIJN

Tentoonstelling voor voeding, land- en tuinbouw

Focus: vis, vleeswaren, tuinartikelen, tuinbouwtechniek, tuingerief, dranken, landbouw, landbouwmachines, voeding, alcoholische dranken, dieren, wijn

Industriesector: voeding en dranken, land- en tuinbouw
Aantal exposanten 2015: 1.658
Oppervlakte 2015 (bruto): 130.000 m²
Bezoekers 2015: 415.000 bezoekers
Interval: jaarlijks
Data: 15.01.2016 – 24.01.2016
Internet: www.gruenewoche.de
E-mail: igw@messe-berlin.de

IBA – DÜSSELDORF / MÜNCHEN

Wereldmarkt voor bakkers - alles voor bakkers en banketbakkers

Focus: uitrusting voor bakkers, bakovens, winkelinrichting, koeltechniek, uitrusting voor banketbakkerijen, diepvriesvoeding, ijsmachines, kant-en-klare gerechten, machines, decoratie, kassasystemen, verpakkingsmachines

Industriesector: voedings- en verpakkingsmachines
Aantal exposanten 2012: 1255
Oppervlakte 2012 (bruto): 132.000 m²
Bezoekers 2012: 69.803
Interval: driejaarlijks
Data: 12.09.2015 – 17.09.2015
Internet: www.iba.de
E-mail: iba@ghm.de

IFFA – FRANKFURT

Internationale beurs voor de vleesindustrie: verwerken, verpakken, verkopen

Focus: machines en installaties voor het volledige proces van slachten tot verkopen van vleeswaren

Industriesector: vlees
Aantal exposanten 2013: 960
Oppervlakte 2013 (bruto): 110.000 m²
Bezoekers 2013: > 60.000 vakbezoekers
Interval: driejaarlijks
Data: 07.05.2016 - 12.05.2016
Internet: www.iffa.messefrankfurt.com
E-mail: maria.hasselman@messe-frankfurt.com

INTERGASTRA - STUTTGART

Internationale vakbeurs voor hotellerie, gastronomie, catering, bakkers en banketbakkers

Focus: voeding, dranken, roomijs, grootkeukenuitrusting, hotel- en gastronomie-inrichting, catering, schoonmaaktechniek

Industriesector: gastronomie, winkelinrichting, voeding, horeca
Aantal exposanten 2014: 1.229
Oppervlakte 2014 (bruto): 100.000 m²
Bezoekers 2014: 89.000
Interval: tweejaarlijks
Data: 20.02.2016 – 24.02.2016
Internet: www.intergastra.de
E-mail: markus.tischberger@messe-stuttgart.de

INTERNORGA - HAMBURG

Internationale vakbeurs voor hotellerie, gastronomie, bakkers en banketbakkers

Focus: voeding, dranken, gastronomie, uitrusting voor grootkeukens, hotelinrichting, restaurantinrichting, bakkersuitrusting, porselein, glaswaren, winkelinrichting, kassasystemen, verpakkingsmateriaal, catering, computertechniek

Industriesector: gastronomie, winkelinrichting, voeding
Aantal exposanten 2015: > 1.300
Oppervlakte 2015 (bruto): 90.000 m²
Bezoekers 2015: 100.000
Interval: jaarlijks
Data: 11.03.2016 – 16.03.2016
Internet: www.internorga.de
E-mail: internorga@hamburg-messe.de

INTERPACK - DÜSSELDORF

Internationale vakbeurs voor verpakkingsmateriaal en verpakkingstechnieken

Industriesector: verpakking
Aantal exposanten 2014: 2.700
Oppervlakte 2014: 175.000 m²
Bezoekers 2014: 175.000
Interval: driejaarlijks
Data: 04.05.2017 – 10.05.2017
Internet: www.interpack.com
E-mail: interpack@messe-duesseldorf.de

ISM - KEULEN

Internationale beurs voor zoetwaren

Focus: zoetwaren, chocolade, chocoladeproducten, bakkerij- en banketbakkerijproducten, suikerwaren, roomijs

Industriesector: voeding
Aantal exposanten 2015: 1.513
Oppervlakte 2015 (bruto): 110.000 m²
Bezoekers 2015: 37.000
Interval: jaarlijks
Data: 31.01.2016 – 03.02.2016
Internet: www.ism-cologne.com
E-mail: i.weber@koelnmesse.de

PROWEIN - DÜSSELDORF

Internationale vakbeurs voor wijnen en alcoholische dranken

Focus:	wijn, alcoholische dranken
Industriesector:	voeding en dranken
Aantal exposanten 2014:	4.830
Oppervlakte 2014 (bruto):	44.000 m ²
Bezoekers 2014:	> 48.000
Interval:	jaarlijks
Data:	13.03.2016 - 15.03.2016
Internet:	www.prowein.de
E-mail:	info@messe-duesseldorf.de

SÜDBACK - STUTTGART

Regionale vakbeurs voor bakkerijen en patisserieën

Focus: bakkerij- en banketbakkerijproducten en -machines, winkelinrichting, decoratie- en verpakkingsmateriaal, kassasystemen

Industriesector:	voeding en dranken
Aantal exposanten 2014:	646
Oppervlakte 2014 (bruto):	ca. 53.400 m ²
Bezoekers 2014:	33.371
Interval:	jaarlijks (behalve in het jaar van de IBA beurs)
Data:	22.10.2016- 25.10.2016
Internet:	www.messe-stuttgart.de/suedback
E-mail:	info@messe-stuttgart.de

OVERZICHT VAN ALLE BEURZEN IN DUITSLAND:

Jaarlijkse brochure uitgegeven door:

AUMA – AUSSTELLUNGS- UND MESSE-AUSSCHUSS DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT E.V.

Littenstr. 9, 10179 Berlin
T: +49 30 24000 0 | F: +49 30 24000 330
info@auma.de | www.auma-messen.de

VERTEGENWOORDIGING VAN DE AUMA BIJ DE EUROPESE UNIE

RA Alexander Lau
DIHK Brüssel
Kunstlaan 19 A-D, 1000 Brussel
T: +32 (0)2 286 1623 | F: +32 (0)2 286 1605
lau.alexander@dihk.de

Deel III: Tijdschriften

ALLGEMEINE HOTEL- UND GASTRONOMIE-ZEITUNG

Uitgeverij: Matthaes Verlag GmbH
Silberburgstraße 112, 70176 Stuttgart
T: +49 711 2133 0 | F: +49 711 2133 290
anzeigen@matthaes.de | www.ahgz.de

Verschijnt: wekelijks

Erkende trendbarometer en spreekbuis van de hotel- en gastronomiesector. Een gedeelte wordt door professionelen uit de branche geschreven. Dit tijdschrift wordt dan ook als wegwijzer voor de praktijk beschouwd.

CATERING MANAGEMENT

Uitgeverij: FORUM Zeitschriften und Spezialmedien GmbH
Mandichostraße 18, 86504 Merching
T: +49 8233 38 13 33 | F: +49 8233 38 12 12
service@forum-zeitschriften.de | www.catering.de

Verschijnt: maandelijks

Grondige recherche van gegevens en op de praktijk gerichte achtergrondberichten maken van dit tijdschrift een actuele informatiebron voor de sector van de grootkeukens.

HANDELSBLATT

Uitgeverij: Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG
Kasernenstr. 67, 40213 Düsseldorf
T: +49 211 887 0 | F: +49 211 887 1415
Advertenties: Peggy Schröder T: +49 211 887 1499, F: +49 211 887 1500
p.schroeder@vhb.de | www.vhb.de

Verschijnt: maandelijks

Uitgever van dit tijdschrift is het "Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)" in Berlijn. Dit economische tijdschrift voor de Duitse detailhandel biedt iedere maand achtergrondberichten, reportages en interviews uit alle sectoren in verband met de handel. De berichten betreffen zowel de sectoren marketing, controlling, financiën, alsook conjunctuur, concurrentie, investeringen, loon- en fiscaal recht.

GV-PRAXIS

Uitgeverij: Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstr. 251, 60326 Frankfurt am Main
T: +49 69 7595 01 | F: +49 69 7595 2999
Info@cafe-future.net | www.cafe-future.net

Verschijnt: 11 x per jaar

Een vaktijdschrift voor de moderne grootkeukens – niet enkel voor de Duitse markt. Focus ligt op actuele managementthema's, studies en eigen marktanalyses. Catering en vending staan hierbij in de picture.

LZ – LEBENSMITTEL ZEITUNG

Uitgeverij: Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstr. 251, 60264 Frankfurt am Main
Tel.: +49 69 7595 01
Fax: +49 69 7595 29 99
Email: info@lz-net.de
Internet: www.lz-net.de

Verschijnt: wekelijks

Dit vaktijdschrift, bestemd voor de sector van de consumptiegoederen, geeft een actueel en uitgebreid overzicht over het wekelijkse gebeuren in handel en industrie. De LZ biedt vaak achtergrondinformatie in de sectoren food, non-food en IT.

LZ SPEZIAL

Uitgeverij: Deutscher Fachverlag GmbH

Verschijnt: 4 tot 5 keer per jaar

Bijkomende uitgave van de LZ. Behandelt in compacte vorm actuele thema's en ontwikkelingen. Diepgaande en gedetailleerde knowhow worden hier aangeboden.

LEBENSMITTEL PRAXIS

Uitgeverij: LPV Media GmbH
Am Hammergraben 14, 56567 Neuwied
T: +49 2631 879 0 | F: +49 2631 879 201
kontakt@lebensmittelpraxis.de | www.lebensmittelpraxis.de

Verschijnt: tweewekelijks

Modern vaktijdschrift voor alle niveaus van verantwoordelijken in de levensmiddelensector, van concern tot filiaalmanagement. Het doel is de informatiestroom tussen groothandelaars en verkooppunten te verbeteren.

Uitgeverij: Sweets Global Network e.V.
Grillparzerstraße 38, 81675 München
T: +49 89 45 76 90 88 0 | F: +49 89 45 76 90 88 88
info@sg-network.org | www.sg-network.org

Verschijnt: maandelijks

Sedert 40 jaar een erkend vakblad voor de zoetwarenindustrie. Berichten betreffende het ganse gamma van zoetwaren wereldwijd worden hier geschreven. Dit is zozegged de verbinding tussen handel en industrie. De maandelijks uitgaven informeren beknopt en gedetailleerd over de gebeurtenissen en trends i.v.m. de zoetwarenhandel. Dit vaktijdschrift is bekend in alle Duitstalige landen, sommige fabrikanten buiten Europa abonneren eveneens op de SG.

Deel IV: Websites

Beurzen in Duitsland	www.auma-messen.de
Ministerie voor Economie en Energie	www.bmwi.de
Instituut voor Duitse Economie Keulen	www.iwkoeln.de
Centraal Bureau voor de statistiek	www.destatis.de
Bureau voor Gegevens en Statistiek, Nordrhein-Westfalen	www.it.nrw.de
Federatie voor Economische Promotie/Ondersteuning, Nordrhein-Westfalen	www.gfw-nrw.de
Centraal Agentschap voor Economische Betrekkingen met het Buitenland	www.gtai.de
Infoportaal van het Centrale Ministerie voor Economie en Technologie	www.ixpos.de
Federatie van Agenten in Duitsland	www.cdh.de
Federatie van de Duitse Handel	www.bga.de
Duitse Federatie voor Levensmiddelenhandel	www.bvlh.net
Federatie van de Duitse Retail	www.einzelhandel.de
Platform voor het zoeken en vinden van Agenten in Duitsland	www.handelsvertreter.de , (www.commercialagents.de)
Gouden Gids voor Duitsland	www.gelbeseiten.de
Sectorinformatie voor Duitsland	www.branchen-info.net
Coöperatie van Delicatessenhandelaars in Duitsland	www.corpus-culinario.de
Federaties voor Vleeshandel in Duitsland	www.fleischwirtschaft.de , www.fleischerhandwerk.de
Portaal voor Gevogelte- en Eierhandel in Duitsland	www.gefluegel-online.de
Informatieplatform voor Diepvriesproducten in Duitsland	www.tiefkuehlinstitut.de
Federatie van Handel met Ecologische Producten in Duitsland	www.n-bnn.de
Federatie van de Zoetwarenindustrie in Duitsland	www.bdsi.de
Federatie van Drogisterijen in Duitsland	www.drogistenverband.de
Federatie van Reformhuizen in Duitsland	www.refo.de
Infoportaal en belangrijk tijdschrift over de levensmiddelenindustrie	www.lebensmittelpraxis.de
Infoportaal en belangrijk tijdschrift over de levensmiddelenindustrie	www.lebensmittelzeitung.net

Deel V: Bronnen

Kranten & Boeken

- Wirtschaftswoche
- Lebensmittel Zeitung
- Lebensmittel Praxis
- Handelsblatt

Artikelen & Marktstudies

- Top-Firmen 2013 – Der Lebensmittelhandel in Deutschland Food/Non-food, Trade Dimensions, 2014
- CONSUMER MARKETS- Trends im Handel 2020, KPMG

Webportalen

- <http://www.oekolandbau.de/>
- www.lebensmittelzeitung.net
- www.lebensmittelpraxis.de
- www.gastronomie.de

Disclaimer

De informatie die u in deze publicatie vindt is bedoeld als achtergrondinformatie die u moet in staat stellen een beeld te vormen met betrekking tot de hierin behandelde materie. Zij is met de grootste zorg verzameld op basis van de beschikbare data en documentatie op het ogenblik van de publicatie. Deze publicatie heeft bijgevolg niet de ambitie van volledigheid of geldigheid voor uw specifieke situatie. Zij kan bijgevolg nooit beschouwd worden als een juridisch, financieel of ander gespecialiseerd advies. Flanders Investment & Trade (FIT) kan in die zin nooit verantwoordelijk gesteld worden voor gebeurlijke foutieve vermeldingen, weglatingen of onvolledigheden in deze publicatie. FIT kan evenmin verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik of de interpretatie van de informatie in deze publicatie. De verwijzingen in deze publicatie naar bepaalde entiteiten, bedrijven en/of personen houden geen bijzondere aanbevelingen in die voor Flanders Investment & Trade enige verantwoordelijkheid zou kunnen teweegbrengen.

Datum van publicatie: augustus/september 2015