Bünting AG / Presse

PRESSEMITTEILUNGEN BIS 2022

28.01.2022

BÜNTING SETZT ERFOLGSKURS FORT

Umsatzwachstum und neue Storekonzepte

Nortmoor, 27. Januar 2022 – Bünting setzt seinen Wachstumskurs trotz herausfordernder Rahmenbedingungen durch die Pandemie erfolgreich fort. So weisen die Bilanzzahlen für das Geschäftsjahr 2020 ein um 173 Mio. € gestiegenes Netto-Umsatzvolumen der Unternehmensgruppe auf nun 1.701 Mio. € aus. Haupttreiber für diese Entwicklung ist der positive Geschäftsverlauf im Einzelhandel. Das operative Betriebsergebnis der Bünting Unternehmensgruppe liegt bei 44,7 Mio. € und hat sich somit im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr mehr als verdoppelt. Auch das Bilanzergebnis hat 2020 auf 22,8 Mio. € um 11,8 Mio. € zugelegt.

Bünting hat trotz weiterhin bestehender Pandemieeinflüsse die Modernisierung seiner Märkte konsequent fortgesetzt und durch neue Standorte und Storekonzepte ergänzt. Entsprechend ist das Volumen für Investitionen wie bereits in den Vorjahren weiter gestiegen auf 45,5 Mio. €. Die Belegschaft der Bünting Unternehmensgruppe ist im Berichtszeitraum um ca. 400 auf 12.500 Mitarbeiter gewachsen.

„Wir sind sehr zufrieden mit der Geschäftsentwicklung im Jahr 2020. Den Erfolg haben vor allem unsere Mitarbeiter möglich gemacht, die auch in Zeiten von harten Lockdowns jederzeit für einen sicheren und reibungslosen

2020 aber auch weiter in die Modernisierung unserer Märkte investiert und neue Konzepte wie citygerechte Kleinflächenformate und 24/7 Lösungen in den Markt gebracht. Das ist bei unseren Kunden sehr gut angekommen."

Auch der Bereich E-Commerce hat sich bei Bünting positiv entwickelt und ist im Berichtszeitraum um 62% gewachsen.

Mit neuen Konzepten in die Expansion

Bünting hat den Ausbau von Standorten im Jahr 2021 vorangetrieben. Dabei stehen differenzierte, jeweils bedarfsgerecht auf das Umfeld ausgerichtete Marktkonzeptionen im Mittelpunkt. Die Bandbreite reicht dabei von Kleinflächenangeboten mit dem Combi City-Konzept über teilautonome Storekonzepte bis hin zu automatisierten 24/7-Lösungen. Ein besonderes Highlight im abgelaufenen Jahr und eine Innovation in der LEH-Branche war die Eröffnung des über 500 m^2 großen Combi City-Marktes mit hybrider Walk-in-Lösung in Emden. Das moderne Marktkonzept, das erweiterte Öffnungszeiten im autonomen Betrieb offeriert, steht für die kontinuierliche Weiterentwicklung und Investition in zukunftsweisende technische Lösungen, die auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten sind. Innovationen sind fester Bestandteil der Unternehmenskultur der Bünting-Gruppe.

Ausblick

Bünting erwartet auch für das Geschäftsjahr 2021 einen anhaltend positiven Geschäftsverlauf. Eine besondere Herausforderung im 3. Pandemiejahr 2022 stellt die Sicherstellung der Warenverfügbarkeit dar. Hier wirken sich die Probleme der weltweiten Lieferketten aus und führen teilweise zu Engpässen bei der Warenversorgung. Bünting ist trotz der sich ständig verändernden Rahmenbedingungen in der Pandemie optimistisch, auch diese Herausforderungen zu bewältigen und den Wachstumskurs in den kommenden Jahren weiter fortzusetzen und sich so im zunehmenden Wettbewerb der Branche als starker regionaler Player zu behaupten.

30.12.2021

VEGAN, VEGUT, VEGÜNSTIG

Combi macht mit beim Veganuary 2022

Leer, im Dezember 2021 –**Mit einer groß angelegten Kampagne informiert die regionale Verbrauchermarktkette Combi aus Niedersachsen zum Veganuary 2022 ihre Kundinnen und Kunden über die Vorteile einer veganen Ernährungsweise und räumt mit klassischen Vorurteilen und Vorbehalten auf.**

Unter dem Motto ‚Vegan, Vegut, Vegünstig' ruft Combi im Januar zur Teilnahme am Veganuary auf. Die Botschaft vermittelt dabei auf humorvolle Weise, dass Combi ein breites und vielfältiges veganes Sortiment anbietet, das auch für den kleinen Geldbeutel attraktiv ist und dabei noch lecker schmeckt. Die große Produktauswahl reicht von den klassischen Molkerei-Ersatzprodukten über Brotaufstriche, Feinkostartikel, Tiefkühlware und Fleischalternativen bis hin zu veganen Kosmetikprodukten.

Beworben wird die Aktion über verschiedene Kanäle wie Prospekte, Newsletter und die sozialen Netzwerke. Mit jeder Menge Tipps, Rezepten, Produktneuheiten und weiteren Inspirationen erleichtert Combi dabei nicht nur interessierten Verbraucherinnen und Verbrauchern den Einstieg, sondern bietet auch erfahrenen Veganern und Veganerinnen viele neue Inspirationen. Attraktive Gewinnspiele und die Influencerinnen leabowlsyourmind sowie ninamarleen unterstützen die Kampagne und helfen dabei, Wissenswertes rund um eine tierproduktfreie Lebensweise zu vermitteln oder ermuntern, beispielsweise mit einfachen Rezepten, ganz unkompliziert direkt in die praktische Anwendung zu gehen.

Ria Rehberg, Geschäftsführerin von Veganuary: "Wir freuen uns sehr, dass Combi den Veganuary 2022 so umfangreich unterstützt. Einfache und vielfältige Verfügbarkeit rein pflanzlicher Produkte ist ein Schlüssel zum Erfolg der Kampagne – so kann eine Teilnahme am Aktionsmonat einfach gelingen und auch längerfristig für eine vegane Ernährung begeistern." Die Veganuary-Kampagne startete 2014 in Großbritannien und findet 2022 zum dritten Mal offiziell auch in Deutschland statt. Sie fördert eine vegane Lebensweise, in dem sie aufklärt und Menschen dazu anregt, beim Einkauf zu pflanzlichen statt tierischen Produkten zu greifen. Unterstützung erhalten die registrierten Teilnehmenden durch praktische Tipps und Hilfestellungen via Newsletter, Rezeptdatenbanken, Restaurantführern und mehr.

30.12.2021

COMBI MARKT IN DETMOLD ÖFFNETE AM 14. DEZEMBER

Neues Einkaufserlebnis auf vergrößerter Fläche[mehr]

Detmold, im Dezember 2021 – **Am 14. Dezember war es soweit: Nach einer Bauzeit von rund 4 Monaten öffnet der Combi Markt in Detmold wieder seine Türen - als großzügiger Verbrauchermarkt auf modernstem Stand. Auf der vergrößerten Verkaufsfläche von über 1.200 Quadratmetern zeigt der**

Bünting UNTERNEHMENSGRUPPE

eine Salatbar, ein täglich wechselnder Mittagstisch und eine ‚Schnibbelküche' versprechen noch mehr Auswahl für frisch Zubereitetes.

Einladend, modern und kundenfreundlich –

so präsentiert sich der neue Combi Markt in der Elisabethstraße 52. Mit seiner ansprechenden Glas- und Klinkerfassade, seinen breiten Gängen, die nunmehr einen freien Blick bis in den Bedienbereich gewähren sowie dem modernen Industriedesign lädt der Markt zu einem ganz neuen Einkaufserlebnis in Detmold ein. Verlängerte Öffnungszeiten von 8.00 bis 21.00 Uhr, und der komplett erneuerte Parkplatz bieten ebenfalls mehr Komfort und Service. Auch die Verkaufsfläche und der Cafébetrieb mit Sitzplatzmöglichkeiten der Bäckerei Engel wurde modernisiert und attraktiv neu angeordnet.

Marktleiter Wjatscheslaw Nagibin freut sich, endlich den Startschuss für den generalüberholten Markt geben zu können. Er ist besonders stolz auf das Sortiment: „Ich komme ja aus der Region und freue mich daher besonders, dass wir auch eine tolle regionale Produktauswahl auf die Beine stellen konnten. Die Detmolder werden aber bald feststellen, dass wir mit unserem vielfältigen Angebot grundsätzlich jede Ernährungsweise abdecken können. Ob vegan, bio oder Allergiker geeignet, frisch Zubereitetes zum Sofortverzehr oder das deftige warme Mittagsgericht zum Mitnehmen – für jeden ist das passende Angebot dabei."

Gesund, regional, nachhaltig

Herzstück des Marktes ist die vergrößerte Obst- und Gemüseabteilung. Hier steht die Frische voll im Fokus. Mit ganz neuen Angeboten wie einer Salatbar und einer Schnibbelküche, in der täglich frisch Salate, Wraps und Dessertkreationen produziert werden, ist hier ein Marktplatz der Frische geschaffen worden. Auf eine breite Angebotsvielfalt regionaler Produkte wird ebenfalls großer Wert gelegt: Im Combi Markt finden die Kunden eine Vielzahl an Artikeln von Lieferanten aus Detmold und dem Umland. Unter dem Siegel ‚Gutes aus der Region' gibt es beispielsweise Milchprodukte und Kartoffeln der regionalen Erzeugergemeinschaft ‚Lippe Regional', Backmischungen von Pickert Mädel aus Lemgo, Eier vom Bauernhof Alexander Horn aus Detmold, Bio Bier von Liebharts sowie das Detmolder Pilsener von der Familienbrauerei Strate.

Große Vielfalt und bester Service

das Motto von Francesco Armstroff, dem Leiter des Bedienbereichs. Er und sein Team wissen nicht nur, welcher Wein am besten zum Weichkäse passt oder welche Spezialitäten zu Weihnachten besonders gefragt sind - auch Sonderwünsche werden hier gerne umgesetzt. Ob individuell gefertigte Braten-, Wurst- und Käseplatten oder raffinierte Kanapees; dies und mehr geht den qualifizierten Fachkräften leicht und kreativ von der Hand. Ganz neu an der Bedientheke ist das täglich wechselnde Mittagstisch-Angebot, welches eine unkomplizierte Verpflegung insbesondere für eilige Kunden bietet.

Neueste Technik im Einsatz

Der neue Combi Markt setzt auf energiesparende Konzepte und neueste Technologien: So stehen neben den klassischen Bedienkassen auch drei Self-Checkout Kassen für den Bezahlvorgang bereit. Die Selbstbedienungskassen entlasten den Kassenbereich bei hohem Kundenaufkommen und helfen insbesondere bei kleinen Einkäufen Zeit einzusparen. Mit ihrer nutzerfreundlichen Bedienoberfläche sind sie auch von Ungeübten einfach zu bedienen.

Bei der Markteinrichtung galt ein besonderes Augenmerk einem möglichst energiesparenden und damit klimafreundlichen Betrieb. So befindet sich die neu installierte Kälteanlage technisch auf dem neuestem Stand, außerdem sind energiesparende Kühlmöbel und LED Beleuchtung im Einsatz.

25.11.2021

NEUER COMBI MARKT IN BOCKHORN ERÖFFNET

Neues Einkaufserlebnis auf vergrößerter Fläche[mehr]

Einladend, modern und kundenfreundlich

– so präsentiert sich der neue Combi Markt Am Markt 13 im Zentrum von Bockhorn. Mit seiner ansprechenden Glas- und Klinkerfassade, offenen Decken, breiten Gängen und dem modernen Industriedesign verspricht der Markt ein ganz neues Einkaufserlebnis in Bockhorn. Verlängerte Öffnungszeiten von 8.00 bis 21.00 Uhr, eine Lottoannahmestelle und ein großzügig angelegter Parkplatz bieten mehr Komfort und Service.
Marktleiter Uwe Barghop freut sich, den vorübergehenden Zeltstandort als Ausweichmöglichkeit aufzugeben und den Startschuss für den neuen Markt geben zu können. Er ist besonders stolz auf das Sortiment: „Ich komme ja aus der Region und freue mich daher besonders, dass wir auch eine tolle regionale Produktauswahl auf die Beine stellen konnten. Die Bockhorner werden aber

frisch Zubereitetes zum Sofortverzehr oder das deftige warme Mittagsgericht zum Mitnehmen – für jeden ist das passende Angebot dabei."

Gesund, regional, nachhaltig

Herzstück des Marktes ist die vergrößerte Obst- und Gemüseabteilung. Hier steht die Frische voll im Fokus. Mit ganz neuen Angeboten wie einer Salatbar und einer Schnibbelküche, in der täglich frisch Salate, Wraps und Dessertkreationen produziert werden, ist hier ein Marktplatz der Frische geschaffen worden. Ergänzt wird das Angebot durch frisch hergestellte Smoothies und Säfte sowie durch erntefrische Kräuter, die in eigenen Gewächshäusern nachhaltig im Markt heranwachsen. Auf eine Angebotsvielfalt regionaler Produkte wird ebenfalls großer Wert gelegt: Im Combi Markt finden die Kunden eine Vielzahl an Artikeln von Lieferanten aus Bockhorn und dem Umland. Unter dem Siegel ‚Gutes aus der Region' gibt es unter anderem Milch vom Hof Meinen aus Bockhorn, Honig von Imker Fitzner und Bier aus dem Vareler Brauhaus.

Große Vielfalt und bester Service Ein großes Angebot an Käse-, Wurst- und Fleischspezialitäten erwartet die Kunden an der Bedientheke. „Wir machen alles möglich!" ist das Motto von Christoph Janssen, dem Leiter des Bedienbereichs. Er und sein Team wissen nicht nur, welcher Wein am besten zum Weichkäse passt oder welche Grillspezialitäten besonders angesagt sind, sondern auch Sonderwünsche werden hier gerne umgesetzt. Ob individuell gefertigte Braten-, Wurst- und Käseplatten oder raffinierte Kanapees – dies und mehr geht den qualifizierten Fachkräften leicht und kreativ von der Hand. Unkomplizierte Verpflegung für eilige Kunden bietet das täglich wechselnde Mittagstisch-Angebot.

Neueste Technik im Einsatz

Der neue Combi Markt setzt auf energiesparende Konzepte und neueste Technologien: So stehen neben den klassischen Bedienkassen auch drei Self-Checkout Kassen für den Bezahlvorgang bereit. Die Selbstbedienungskassen entlasten den Kassenbereich bei hohem Kundenaufkommen und helfen insbesondere bei kleinen Einkäufen Zeit einzusparen. Mit ihrer nutzerfreundlichen Bedienoberfläche sind sie auch von Ungeübten einfach zu bedienen.

Bei der Markteinrichtung galt ein besonderes Augenmerk einem möglichst energiesparenden und damit klimafreundlichen Betrieb. So befindet sich die neu installierte Kälteanlage technisch auf dem neuesten Stand, außerdem sind energiesparende Kühlmöbel und LED Beleuchtung im Einsatz.

Eine weitere Aufwertung soll das Verbraucherzentrum durch einen Neubau auf dem angrenzenden Gelände an der Urwaldstraße erfahren. „Wir planen hier ein attraktives Wohn- und Geschäftshaus mit Einzelhandelsflächen im Erdgeschoss und Wohnungen im oberen Bereich. Sowie wir die passenden Fachmieter gefunden haben, beginnen wir mit dem Abriss des alten Notariatsgebäudes“, führt Matthias Adler, Expansionsleiter Nord der Bünting Gruppe, weiter aus.

14.10.2021

BÜNTING ERÖFFNET INNOVATIVEN COMBI CITY-MARKT IN EMDEN

Autonome Einkaufsoption ermöglicht Late-Night-Shopping im Supermarkt. [mehr]

Auf dem Heimweg in der Innenstadt noch schnell einen kleinen Vorratskauf erledigen oder einen Pausensnack auf die Hand mitnehmen. Möglich ist dies ab dem 14. Oktober im neuen Combi City-Markt auf über 500 Quadratmetern in der Emder Innenstadt. Das Besondere an diesem Markt: In Ergänzung zum klassischen Einkaufen ist in den erweiterten Öffnungszeiten auch ein autonomer Einkauf möglich. Mit dem neuen Combi City-Markt öffnet damit im ostfriesischen Emden eine hybride Walk-in-Lösung, die in dieser Größenordnung in Deutschland bisher einmalig ist.
Ein moderner Frischemarkt in angesagtem Industriedesign mit einem kompakten Supermarktsortiment auf einer Verkaufsfläche von über 500 Quadratmetern: So sieht der Combi City-Markt aus, mit dem die Bünting Unternehmensgruppe ab sofort im Herzen von Emden eine citygerechte Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs sicherstellt. „Mit unserem City-Markt sind wir ganz nah am Kunden. Neben einem Basissortiment für den Alltag bieten wir vor allem innenstadtrelevante Sortimente für Anwohner, Berufstätige, Hotelgäste im Umfeld und Passanten, die sich schnell und unkompliziert verpflegen möchten. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Frische; frisch zubereitete Salate und Desserts, eine große Obst- und Gemüseabteilung, Getränke, frische und gekühlte Säfte sowie eine umfangreiche Auswahl an regionalen und Bio Artikeln. Wir richten uns insbesondere auch an Kunden, die sich gerne bewusst ernähren“, so Projektleiter Johannes Aumann.

Einkaufen mit mehr Flexibilität und Komfort

klassisch betrieben, ergänzend können die Kunden zu den erweiterten Öffnungszeiten jedoch autonom einkaufen. Auf einer Fläche von über 500 Quadratmetern finden die Kunden damit in Emden das bisher umfangreichste Angebot bei einem gänzlich autonomen Einkaufserlebnis.
„Wir haben den Combi City-Markt als vollwertigen Supermarkt konzipiert. So bieten wir unseren Kunden als ergänzenden Service auch die Möglichkeit, zu den erweiterten Öffnungszeiten aus der kompletten Sortimentsvielfalt – von frischen über gekühlte bis hin zu gefrorenen Lebensmitteln – zu wählen. Unsere Kunden können ihre Einkäufe durch digitale Zugangs-, Artikelerfassungs- und Bezahllösungen völlig autonom zu den verlängerten Öffnungszeiten erledigen“, erklärt Büntings Vorstandsvorsitzender Markus Buntz. Für den Zutritt wird lediglich die Bankkarte oder die Bünting Kundenkarte (Moin Card) als App oder als physische Karte benötigt, der Bezahlvorgang läuft bargeldlos über die Self- Checkout-Kassen. Im klassischen Betrieb hat der Combi-City-Markt Montag bis Sonnabend in der Zeit von 8:00 Uhr bis 18:00 Uhr geöffnet. Von 6:00 Uhr bis 8:00 Uhr und von 18:00 Uhr bis 23:00 Uhr werden die Öffnungszeiten erweitert und den Kunden ergänzend der autonome Zugang und Einkauf im Combi-Markt ermöglicht.

Bünting investiert in zukunftsfähige Innovationen

Seit vielen Jahren ist die stete Weiterentwicklung und die Investition in innovative technische Lösungen mit Blick auf Kundenbedürfnisse fester Bestandteil der Unternehmenskultur der Bünting-Gruppe. Im Sommer 2020 eröffnete das ostfriesische Handelsunternehmen bereits einen 24/7-Automaten in Oldenburg. Um als großer Arbeitgeber im Nord-Westen Deutschlands wettbewerbsfähig zu bleiben, geht die Bünting-Gruppe mit der hybriden Walk-in-Lösung im Combi-Markt in Emden nun den nächsten Schritt.

03.06.2021

NEUER COMBI MARKT IN SCHEESSEL ERÖFFNET

Leer/Scheeßel, im Mai 2021 – Am 20. Mai fiel endlich der Startschuss: Nach rund 10 Monaten Bauzeit öffnete der neue Combi Markt in Scheeßel - ein großzügiger Verbrauchermarkt auf modernstem Stand. Auf der Verkaufsfläche von über 1.800 Quadratmetern zeigt der neue Vollsortimenter, worauf der Fokus liegt: Eine regionale Auswahl, große Vielfalt, attraktive Angebote und kompetente Beratung – dafür steht Combi. Die angeschlossene regionale Feinbäckerei und Konditorei Barnstorff hält in ihrem modernen Bistro „Backstage“ frische Backwaren und Snacks bereit und ergänzt damit das Angebot des neuen Combi Marktes. Besonders lange Öffnungszeiten von 7.00 bis 22.00 Uhr, ein großzügig angelegter Parkplatz sowie das moderne Filialkonzept versprechen ein komfortables und inspirierendes neues Einkaufserlebnis. Marktleiter Kai Baden begrüßte die Kunden und verteilte fleißig Rosen und Überraschungspäckchen. Er freut sich, endlich die Bauphase abgeschlossen zu haben und ins Tagesgeschäft übergehen zu können. Besonders stolz ist der

Marktleiter au ss wir auch
eine tolle regic ald
feststellen, dass wir mit unserem vielfältigen Angebot grundsätzlich jede Ernährungsweise abdecken können. Ob vegan, bio oder Allergiker geeignet, frisch Zubereitetes zum Sofortverzehr oder das deftige warme Mittagsgericht zum Mitnehmen – für jeden ist das passende Angebot dabei.“ Regional aus Überzeugung Viel Wert legt das Marktteam auf regionale Erzeugnisse - und so informierten am Eröffnungstag einige regionale Hersteller direkt vor Ort über ihre lokalen Erzeugnisse, die künftig im Sortiment des neuen Supermarktes zu finden sind. Unter dem Siegel ‚Gutes aus der Region‘ finden die Kunden eine Vielzahl an Artikeln von Lieferanten aus Scheeßel und dem Umland. So gibt es unter anderem Eier von Bassen‘s Bauernladen, Fleisch-... [mehr]

Leer/Scheeßel, im Mai 2021 – **Am 20. Mai fiel endlich der Startschuss: Nach rund 10 Monaten Bauzeit öffnete der neue Combi Markt in Scheeßel - ein großzügiger Verbrauchermarkt auf modernstem Stand. Auf der Verkaufsfläche von über 1.800 Quadratmetern zeigt der neue Vollsortimenter, worauf der Fokus liegt: Eine regionale Auswahl, große Vielfalt, attraktive Angebote und kompetente Beratung – dafür steht Combi.**
Die angeschlossene regionale Feinbäckerei und Konditorei Barnstorff hält in ihrem modernen Bistro „Backstage“ frische Backwaren und Snacks bereit und ergänzt damit das Angebot des neuen Combi Marktes. Besonders lange Öffnungszeiten von 7.00 bis 22.00 Uhr, ein großzügig angelegter Parkplatz sowie das moderne Filialkonzept versprechen ein komfortables und inspirierendes neues Einkaufserlebnis.

Marktleiter Kai Baden begrüßte die Kunden und verteilte fleißig Rosen und Überraschungspäckchen. Er freut sich, endlich die Bauphase abgeschlossen zu haben und ins Tagesgeschäft übergehen zu können. Besonders stolz ist der Marktleiter auf das Sortiment: „Ich komme ja aus der Region und freue mich daher besonders, dass wir auch eine tolle regionale Produktauswahl auf die Beine stellen konnten. Die Scheeßeler werden aber bald feststellen, dass wir mit unserem vielfältigen Angebot grundsätzlich jede Ernährungsweise abdecken können. Ob vegan, bio oder Allergiker geeignet, frisch Zubereitetes zum Sofortverzehr oder das deftige warme Mittagsgericht zum Mitnehmen – für jeden ist das passende Angebot dabei.“

Regional aus Überzeugung

Viel Wert legt das Marktteam auf regionale Erzeugnisse - und so informierten am Eröffnungstag einige regionale Hersteller direkt vor Ort über ihre lokalen Erzeugnisse, die künftig im Sortiment des neuen Supermarktes zu finden sind. Unter dem Siegel ‚Gutes aus der Region‘ finden die Kunden eine Vielzahl an Artikeln von Lieferanten aus Scheeßel und dem Umland. So gibt es unter anderem Eier von Bassen‘s Bauernladen, Fleisch- und Wurstkonserven der Hausschlachterei Miesner, verschiedene Biersorten der Brauerei Schnuckenbräu aus Walsrode und Aroniasäfte aus dem Ostetal von Familie Duden. Darüber hinaus sorgt eine 24-Stunden Milchtankstelle auf dem Parkplatz dafür, dass zu jeder Tageszeit frische Milch erhältlich ist.

Große Vielfalt

Produktvielfalt, Qualität und Frische zeichnen das Angebot aus. So werden in der „Schnibbelküche“ täglich Salate, Wraps und Desserts frisch zubereitet, auch an der Salatbar gibt es täglich eine frische Auswahl. Zu den Highlights des Marktes zählt auch ein Gewächshaus, in dem Kräuter und Salate nachhaltig direkt im Markt

heranwachsen iglich
wechselnde M id regionale
Produkte finden sich ebenfalls im Sortiment wieder.

Kompetente Beratung und bester Service

Ein großes Angebot an Käse-, Wurst- und Fleischspezialitäten erwartet die Kunden an der Bedientheke. „Wir machen alles möglich!“ ist das Motto von Ingo Bergmann, dem Leiter des Bedienbereichs. Er und sein Team wissen nicht nur, welcher Wein am besten zum Weichkäse passt oder welche Grillspezialitäten besonders angesagt sind, sondern auch Sonderwünsche werden hier gerne umgesetzt. Ob individuell gefertigte Braten-, Wurst- und Käseplatten oder raffinierte Kanapees – dies und mehr geht den qualifizierten Fachkräften leicht und kreativ von der Hand.

Neueste Technik im Einsatz

Der neue Combi Markt setzt auf energiesparende Konzepte und neueste Technologien: Neben elektronischen Preisetiketten, die den Marktmitarbeiterinnen und –mitarbeitern einigen Aufwand zum Beispiel beim Umstecken der Regalschilder ersparen, stehen neben den klassischen Bedienkassen auch drei Self-Checkout Kassen für den Bezahlvorgang bereit. Die Selbstbedienungskassen entlasten den Kassenbereich bei hohem Kundenaufkommen und helfen insbesondere bei kleinen Einkäufen Zeit einzusparen. Mit nutzerfreundlicher Bedienoberfläche und Integration der handelsüblichen Zahlungsmethoden sind sie auch von Ungeübten einfach zu bedienen.

Bei der Markteinrichtung galt ein besonderes Augenmerk einem möglichst energiesparenden und damit klimafreundlichen Betrieb. So befindet sich die neu installierte Kälteanlage technisch auf dem neuesten Stand, eine Anlage für Wärmerückgewinnung verwertet die Abwärme von den Kühlanlagen zur Erzeugung von Warmwasser. Außerdem sind energiesparende Kühlmöbel und LED Beleuchtung im Einsatz. Eine Photovoltaikanlage auf dem Dach wandelt die Sonnenenergie in Strom um.

„Wir möchten mit unserem Combi Markt in Scheeßel neue Akzente setzen. Dazu gehört auch, dass wir nicht nur in der Eröffnungswoche tolle Angebote präsentieren, sondern die Kundinnen und Kunden jede Woche aufs Neue mit attraktiven Angeboten und Vorteilen überraschen“, verspricht Marktleiter Kai Baden.

Die Combi Verbrauchermärkte

Die 180 Comb nversorger
und liegen in b 3.000
Quadratmetern bilden Lebensmittel und Frischeartikel den Schwerpunkt. Combi überzeugt durch Warenvielfalt, Qualität, Frische, Service und Preisvorteile. Erweitert wird das umfangreiche Warenangebot mit leistungsstarken Fachmietern, wie Backshops, Blumengeschäften, Tabakshops, Postagenturen und Toto-/Lotto-Annahmestellen. Zusätzlich bietet Combi seinen Kunden einen Ernährungsservice. Die Combi-Ernährungsberaterinnen veranstalten in regelmäßigen Abständen Aktionen in den Märkten oder beantworten per E-Mail oder Telefon alle Fragen rund um die Ernährung. Kontakt Ernährungsservice: Tel: 0491/808-940 (mittwochs 14 bis 17 Uhr), E-Mail: ernaehrung@buenting.de.

Die Bünting Unternehmensgruppe

Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit rund 12.500 Mitarbeitern und über 600 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor im Nordwesten. Zur Unternehmensgruppe gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften famila und Combi mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem vereinen sich unter dem Dach der Unternehmensgruppe die Bünting E-Commerce GmbH & Co. KG für das Online-Geschäft, die Bünting Großhandel und Service GmbH & Co. KG als Partner im Großhandel sowie mehrere Dienstleistungsgesellschaften.

14.05.2021

BÜNTING GRUPPE TRITT DER EUROPÄISCHEN MASTHUHN-INITIATIVE BEI

Maßnahmenumsetzung für höhere Tierwohlstandards bis 2026[mehr]

Leer/Ostfriesland, 15. Mai 2021 – Mit dem Beitritt zur Europäischen Masthuhn-Initiative erklärt sich die Bünting Unternehmensgruppe zur Umsetzung strengerer Mindeststandards im konventionellen Bereich der Hühnermasthaltung bereit. Bis zur vollständigen Umstellung im Jahr 2026 verpflichtet sich das Unternehmen, jährlich über den Fortschritt zu berichten. Die Europäische Masthuhn-Initiative wurde von der Albert Schweitzer Stiftung gemeinsam mit 29 weiteren Tierschutzorganisationen ins Leben gerufen, um das Tierschutzniveau langfristig zu erhöhen.

Die Bünting Vertriebslinien werden bis 2026 für alle konventionellen, frischen und gefrorenen Produkte der Eigenmarken, die 50 % Hähnchenfleisch oder mehr enthalten, sowie die konventionelle Ware in den Theken, ausschließlich Fleisch beziehen, das den Anforderungen der Europäischen Masthuhn-Initiative entspricht. „Als ein regional verwurzeltes Unternehmen sind wir uns der Verantwortung in Sachen Umwelt und Tierschutz bewusst. Mit unserem Beitritt zur Masthuhn-Initiative schaffen wir Fakten und gehen den nächsten Schritt“, erklärt Büntings Unternehmenssprecherin Annett Rabe.

Mahi Klosterhalfen, Präsident der Albert Schweitzer Stiftung, begrüßt die Entscheidung der Unternehmensgruppe als bedeutenden Beitrag zu einem nachhaltigen Tierschutz: „Bünting zeigt mit diesem Schritt Verantwortungsbewusstsein und ist damit vielen Händlern voraus. Jetzt sind die noch fehlenden Marktteilnehmer aus Handel und Gastronomie gefragt, diesem Beispiel zu folgen.“

Klare Kriterien

Der Kriterienkatalog der Initiative sieht die Umsetzung umfangreicher Maßnahmen zur Förderung einer artgerechteren Tierhaltung vor. Konkret werden unter anderem eine geringere Besatzdichte, eine verbesserte Ausstattung der Hühnerställe mit Sitzstangen und Beschäftigungsmöglichkeiten sowie eine verbesserte Luftqualität im Maßnahmenpaket reglementiert. Bünting verpflichtet sich im Rahmen der Initiative zudem, bis 2026 ausschließlich auf eine Zucht mit langsam wachsenden Hühnerrassen umzusteigen. Für die Einhaltung der Standards sind unabhängige Dritte verantwortlich, die regelmäßige Kontrollen durchführen. Weltweit haben sich bereits mehr als 400 Unternehmen der Masthuhn-Initiative angeschlossen.

Weitere Informationen zur Europäischen Masthuhn-Initiative

26.01.2021

BÜNTING WEITER AUF WACHSTUMSKURS

Strategische Ausrichtung sorgt für weiteres Wachstum auf bestehender Fläche[mehr]

Bünting verzeichnet weiterhin eine positive Geschäftsentwicklung und baut seine Position im Wettbewerb aus. So zeigen die jetzt vorliegenden Bilanzzahlen für das Jahr 2019 ein Umsatzwachstum der Unternehmensgruppe auf 1.528,8 Mio. €. Dieses Ergebnis wird primär durch die Steigerungen im Einzelhandel getragen. Das operative Betriebsergebnis konnte die Bünting Unternehmensgruppe im Berichtszeitraum gegenüber dem Vorjahr um 26% auf 19,7 Mio. € erneut steigern. Auch das Bilanzergebnis hat 2019 um 2,2 Mio. € auf 11 Mio. € zugelegt.

Im Rahmen seiner strategischen Ausrichtung hat Bünting die begonnene Modernisierung seiner Standorte im Jahr 2019 fortgesetzt. Entsprechend ist das Volumen für Investitionen nachhaltig von 24,1 Mio. € auf 31,4 Mio. € gestiegen. Durchschnittlich 12.100 Mitarbeiter bildeten im Berichtszeitraum die Belegschaft der Unternehmensgruppe aus Nortmoor.

Investitionen in Standorte zahlen sich aus

„2019 war für Bünting ein positives Jahr und es hat sich gezeigt, dass die getätigten Investitionen in unsere Standorte richtig waren und von unseren Kunden sehr gut angenommen worden sind“, erläutert Markus Buntz, Vorstandsvorsitzender der Bünting-Unternehmensgruppe. „Wir haben dadurch eine deutliche Produktivitätssteigerung in unseren Märkten erreicht“. Auch die Sortimentsausweitung, insbesondere bei Trendthemen wie bewusste Ernährung und regionale Angebote, sowie ein neuer Markenauftritt der Vertriebslinien Combi und famila Nordwest hat zum positiven Geschäftsverlauf von Bünting in 2019 beigetragen.

Wachstum setzt sich fort

Dieses positive Ergebnis bildet die Grundlage für die Entwicklung im Corona-Jahr 2020, das in jeder Beziehung außergewöhnlich verlaufen ist. So ist es einerseits gelungen, flexibel zu agieren um unter der sprunghaft angestiegenen Nachfrage nach speziellen Sortimenten die Warenverfügbarkeit zu sichern. Und andererseits

schnell wirkun maximale
Sicherheit für heiten wurden
in 2020 die Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen in den Märkten fortgesetzt sowie neue Vertriebsformate im Bereich der 24/7 Lösungen und Kleinflächenkonzepte realisiert, um den Kunden auch in Zeiten von Social Distancing neue Einkaufsmöglichkeiten zu bieten.

In der Folge wird sich der Wachstumskurs von Bünting auch im Jahr 2020 mit kräftigem Zuwachs fortsetzen. „2020 war für die gesamte Branche eine echte Herausforderung, die das gesamte Bünting-Team sehr gut gemeistert hat. Wir werden in allen Bereichen spürbar zulegen, aber vor allen Dingen haben wir unsere Marktstellung im Vertriebsgebiet weiter ausgebaut“, so Markus Buntz.

Ausblick

Für das gestartete Geschäftsjahr bleiben durch die Pandemie weiterhin einige Herausforderungen bestehen, aber grundsätzlich erwartet Bünting einen positiven Geschäftsverlauf. Einen Schwerpunkt werden in 2021 der weitere Ausbau und die Modernisierung von Standorten sowie die Weiterentwicklung neuer Vertriebsformate bilden. Auch die Forcierung regionaler Sortimente und die Kooperation mit Landwirten und Erzeugern aus der Region stehen im Fokus. Schließlich gibt es in 2021 noch einen runden Geburtstag zu feiern: Vor 50 Jahren, am 21. November 1971, wurde der erste Combi Markt in Esens eröffnet. 50 Jahre Combi – das heißt 50 Jahre regionale Verbundenheit, attraktive Sortimente, beste Beratung und günstige Preise. Dies nimmt der Nahversorger zum Anlass, um sich für die Treue und Verbundenheit seiner Kundinnen und Kunden das ganze Jahr hindurch mit thematisch passenden Aktionswochen und Gewinnspielen zu bedanken.

09.12.2020

NEUERÖFFNUNG BEI FAMILA SYKE AM 10. DEZEMBER

Frisches Design, neue Sortimente und attraktive Serviceleistungen [mehr]

Bei laufendem Betrieb fanden im famila Markt in Syke seit Mitte September Umbau- und Modernisierungsmaßnahmen statt, die am 10. Dezember abgeschlossen sind. Die Kunden erwarten dann nicht nur ein optisch aufgewerteter Markt, sondern auch viele neue Highlights wie eine Unverpackt-Station, eine Fisch-Frischetheke sowie ein neues gastronomisches Angebot mit Sitzplatzmöglichkeiten im Markt. Technische Neuheiten wie Selbstbedienungskassen und Self-Scanning erleichtern den Einkauf.

„Auf ein feierliches Eröffnungsprogramm für unsere Kunden müssen wir leider Corona-bedingt verzichten. Dennoch sind wir froh, trotz erschwerter Rahmenbedingungen alle Umbaumaßnahmen innerhalb des Zeitplans geschafft zu haben“, sagt famila Geschäftsführer Nils Nikolai. „Das war nur möglich, weil alle Beteiligten - von unseren eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bis hin zu den Helferinnen und Helfern der verschiedenen Gewerke - so toll an einem Strang gezogen haben. Ein riesiges Dankeschön daher an alle!“
Und was innerhalb dieser drei Monate geschafft worden ist, zeigt sich deutlich auf der Fläche.

Mehr Komfort für die Kunden

Für den Kunden wird der Einkauf im Syker Verbrauchermarkt zukünftig deutlich komfortabler: „Wir haben den Kassenbereich vergrößert und – dies war ein Wunsch vieler Kunden – haben den Getränkebereich in den Markt

integriert, den Design haben eine grundlege ndem Industriedesign gehalten. Hinzu kommen neue Regalmöbel, neue Tiefkühlanlagen und komplett überarbeitete Bereiche, die sich dem Kunden als attraktive Themenwelten präsentieren. Aber nicht nur optisch hat sich der Markt erheblich verändert, denn auch neue Services und neue Sortimente erweitern das bisherige Angebot.

Alles frisch! Fisch, Salatbar, Smoothies und mehr

Der Bedienthekenbereich mit Wurst, Fleisch und Käse wurde modernisiert und um ein attraktives Angebot erweitert: Die Firma Abelmann bietet mit der Neueröffnung Frischfisch und weitere Fischspezialitäten in Bedienung und Selbstbedienung für eine ausgewogene Ernährung an.

Herzstück des Marktes ist der Bereich um die runderneuerte Obst- und Gemüseabteilung. Hier steht die Frische voll im Fokus. Mit neuen Angeboten wie einer Salatbar, einer Antipasti-Bar und einer Schnibbelküche, in der täglich frisch Salate, Wraps und Dessertkreationen produziert werden, ist hier ein Marktplatz der Frische geschaffen worden. Ergänzt wird das Angebot durch frisch hergestellte Smoothies und Säfte sowie durch erntefrische Kräuter, die in eigenen Gewächshäusern nachhaltig im Markt heranwachsen.
Ab Frühjahr 2021 wird zudem eine Sushi-Station die Frische-Vielfalt um ein weiteres Angebot erweitern.

Neues hochwertiges gastronomisches Angebot

In stilvollem maritimen Ambiente erwartet der neue Gastronomiebereich „Snack & Schnack“ seine Gäste. Hier kann im großzügigen Sitzplatzbereich ein warmer Mittagstisch genossen werden, aber es gibt auch den schnellen Imbiss auf die Hand. Qualität wird in jedem Fall groß geschrieben: Backschinken und Schnitzel vom Moorschwein, das in regionaler und artgerechter Haltung aufwächst, stehen ebenso auf dem Menü wie der hausgemachte ‚Syker Fladen‘ – eine Teigspezialität, die nach persönlichem Geschmack süß oder herzhaft individuell belegt werden kann.

Noch mehr Highlights: Regional & Unverpackt

Eine Unverpackt-Station, an der sich verschiedene Artikel von Pasta bis hin zu Gummibärchen plastikfrei abfüllen lassen, gehören ebenso zu den Highlights wie das breite Angebot an regionalen Produkten, das unter dem Siegel ‚Gutes aus der Region‘ präsentiert wird. Hierzu zählen beispielsweise auch die regionalen Erzeugnisse der beliebten Fleischerei Stoffregen aus Asendorf.

Neueste Technik im Einsatz: Self-Checkout und Self-Scanning

Der runderneuerte famila Verbrauchermarkt in Syke setzt auf neueste Handelstechnologien: Ab sofort stehen neben den klassischen Bedienkassen auch drei Self-Checkout Kassen für den Bezahlvorgang bereit. Die Selbstbedienungskassen entlasten den Kassenbereich bei hohem Kundenaufkommen und helfen insbesondere bei kleinen Einkäufen Zeit einzusparen. Soll es noch schneller und bequemer gehen, so haben die Kunden zukünftig auch die Möglichkeit, über einen mobilen Handscanner die ausgewählten Waren noch während des Einkaufs zu erfassen. Das sogenannte Self-Scanning Verfahren eignet sich insbesondere bei größeren Einkäufen: Die Kunden ersparen sich das Ein- und Ausräumen über das Kassenband und behalten über das Scannerdisplay den Warenkorb und den Einkaufswert stets transparent im Blick.

Attraktive Eröf

In der Eröffnur e Fleisch- und Wurstspezialitäten aus der Bedientheke der Marktfleischerei ganze 10% Rabatt!
Will man regional einkaufen und noch etwas Gutes dabei tun, lohnt sich während der Eröffnungstage der Kauf von Produkten der Firma Stoffregen aus Asendorf. Der Umsatzwert aller verkauften Artikel der lokalen Fleischerei geht als gemeinsame Spende von Famila und Stoffregen an den Förderverein der Kinder- und Jugendfeuerwehr Syke.

31.07.2020

COMBI - NEUE KONZEPTE FÜR DEN LEBENSMITTELEINZELHANDEL

Bünting geht mit innovativem 24/7 Projekt voran[mehr]

Ein neuartiges Konzept für den stationären Lebensmitteleinzelhandel: Die Bünting Gruppe nimmt unter ihrer Vertriebslinie ‚Combi' eine innovative Automatenlösung in Betrieb. Diese ermöglicht es, jederzeit - 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr - Kundenwünsche zu erfüllen. Der Service des vollautomatisierten Combi 24/7 Automaten in der Oldenburger Innenstadt ergänzt das Angebot des angrenzenden Combi City Marktes und hält ein Sortiment von 500 Artikeln rund um die Uhr für die Kunden bereit. Damit ist Bünting einer der ersten Lebensmitteleinzelhändler, der ein vollautomatisches Verkaufskonzept realisiert.

Es ist eine perfekte Hybrid-Lösung für die Innenstadt, und in Deutschland in dieser Kombination einzigartig: Der am 22. Juli in Oldenburg eröffnete moderne Combi City Frischemarkt bietet mit über 5.000 Artikeln ein kompaktes Supermarktsortiment auf einer Verkaufsfläche von 450 Quadratmetern. Direkt nebenan ergänzt ab sofort die vollautomatisierte Combi 24/7 Automatenlösung das klassische Supermarkt-Angebot, somit kann auch außerhalb der Öffnungszeiten ein spontaner Einkauf erledigt werden.

Das „Rund um die Uhr Angebot" richtet sich an Anwohner, Berufstätige und Passanten, die nach Ladenschluss oder vor Ladenöffnung feststellen, dass ihnen noch etwas fehlt. Rund die Hälfte der 500 angebotenen Artikel des Automatensortiments sind Frischeartikel und Produkte, die gekühlt werden, beispielsweise Aufschnitt und Molkereiprodukte, Obst und Gemüse sowie Getränke. Aber auch Hygiene- und Drogeriewaren sind Teil des Sortiments, genauso wie Snacks und Vorratsartikel. In zentraler City Lage bietet der 24/7 Automat somit eine schnelle, frische und jederzeit zugängliche Verpflegung vor der Haustür des Kunden.

Einfache Bedienung für Kunden, komplexe Technik im Hintergrund

Die Handhabung ist dabei denkbar einfach: Über das integrierte Bedien- und Kassenterminal mit Touchscreen werden die gewünschten Artikel über die zugeordneten Kategorien ausgewählt. Anschließend wird der Warenkorb bargeldlos mit EC- oder Kreditkarte bezahlt. Beim darauf folgenden Zusammenstellen der Artikel kann der Roboter durch ein Sichtfenster beobachtet werden. In einer beachtlichen Geschwindigkeit erfasst ein Greifarm die gewählten Produkte und legt sie auf das Förderband, über das sie an den Kunden ausgegeben werden. Auch das Lager des 24/7 Automaten wird nicht manuell bestückt; die Wareneinlagerung im angeschlossenen Lager erfolgt teilautomatisiert. Nach Erfassung des Artikels im System befördert der Roboter

das Produkt ar hlpflicht und
Mindesthaltba

Die technische Umsetzung des Pilotprojektes erfolgte in Zusammenarbeit mit den Firmen Wanzl aus Leipheim, Spezialist aus dem Bereich Ladenbau und –gestaltung, sowie dem Maschinenbauunternehmen KHT aus Gelsenkirchen, das sich auf industrielle Lösungen für die Lagerlogistik spezialisiert hat.

27.07.2020

ERÖFFNUNG COMBI CITY MARKT IN OLDENBURG

Frisches Lebensmittelangebot in der Mottenstraße[mehr]

Auf dem Heimweg in der Innenstadt noch schnell einen kleinen Vorratskauf erledigen oder einen Pausensnack auf die Hand mitnehmen: Möglich ist dies ab sofort im neuen Combi City Markt auf 450 Quadratmetern mitten im Herzen von Oldenburg. Das neue innerstädtische Lebensmittelangebot legt den Schwerpunkt auf Frischeartikel, aber auch ein großes Bio Sortiment und eine Unverpackt-Station erwarten die Kunden. Mit dem angrenzenden gastronomischen Angebot von „Le Café“ lädt die Bäckerei Behrens-Meyer zur kleinen Auszeit ein.
Anfang August wird in Ergänzung zum klassischen Einkaufen eine echte Innovation den Betrieb aufnehmen: Der vollautomatisierte Combi 24/7 Automat gibt Lebensmittel rund um die Uhr aus. Ein moderner Frischemarkt in angesagtem Industriedesign mit einem kompakten Supermarktsortiment auf einer Verkaufsfläche von rund 450 Quadratmetern: So sieht der Combi City Markt aus, mit dem die Bünting Unternehmensgruppe ab sofort im Herzen von Oldenburg eine citygerechte Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs sicherstellt. „Mit unserem City Markt sind wir ganz nah am Kunden. Neben einem Basissortiment für den Alltag bieten wir vor allem innenstadtrelevante Sortimente für Anwohner, Berufstätige und Passanten, die sich schnell und unkompliziert verpflegen möchten. Der Schwerpunkt liegt dabei eindeutig auf der Frische; eine Schnippelküche für frisch zubereitete Salate und Desserts, eine große Obst- und Gemüseabteilung, Antipasti, frische und gekühlte Säfte sowie eine Unverpackt-Station mit einer umfangreichen Auswahl an Bio Artikeln richten sich insbesondere auch an Kunden, die sich gerne bewusst ernähren“, so Combi Geschäftsführer Nils Nikolai. Die angrenzende Bäckerei Behrens-Meyer komplettiert das Frische-Angebot mit täglich frischen Backwaren und leckeren Snackkreationen. Ihr modern eingerichtetes „Le-Café“ lädt auf 200 Quadratmetern mit ihrem Angebot zu einer kleinen Auszeit ein.
Neueste Technik im Einsatz
Der neue Combi Markt setzt auf energiesparende Konzepte und neueste Technologien: Neben elektronischen Preisetiketten, die den Marktmitarbeiterinnen und –mitarbeitern einigen Aufwand zum Beispiel beim Umstecken der Regalschilder ersparen, stehen in der Mottenstraße neben den klassischen Bedienkassen auch drei Self-Checkout Kassen für den Bezahlvorgang bereit. Die Selbstbedienungskassen entlasten den Kassenbereich bei hohem Kundenaufkommen und helfen insbesondere bei kleinen Einkäufen Zeit einzusparen. Mit nutzerfreundlicher Bedienoberfläche und Integration der handelsüblichen Zahlungsmethoden sind sie auch von Ungeübten einfach zu bedienen. Bei der Markteinrichtung galt ein besonderes Augenmerk einem möglichst energiesparenden und damit limafreundlichen Betrieb. So befindet sich die neu installierte

Kälteanlage te LED
Beleuchtung ir derung mit

Spannung entgegen: „Wir freuen uns, dass wir mit unserem Combi City Angebot die Nahversorgung in der Oldenburger Innenstadt verbessern können, und sind von Montag-Sonnabend von 7.00 bis 21.00 Uhr für unsere Kunden da.“ Zusatzangebot ab August: Lebensmittel rund um die Uhr mit Combi 24/7

Als ergänzendes Serviceangebot wird Anfang August der angegliederte Combi 24/7 Automat in Betrieb genommen. Dieser bietet den Kunden an 365 Tagen im Jahr und 24 Stunden am Tag die Möglichkeit, sich mit Produkten des täglichen Bedarfs zu versorgen. Über ein Terminal kann der Kunde aus einem Sortiment von 500 Artikeln wählen. Der Einkauf wird innerhalb kürzester Zeit vollautomatisch zusammengestellt und direkt ausgegeben. Das automatisierte Angebot umfasst ein großes Food-Sortiment mit gekühlten und ungekühlten Produkten, Obst und Gemüse, Getränken sowie Drogeriewaren.

05.02.2020

BÜNTING SETZT POSITIVE GESCHÄFTSENTWICKLUNG FORT

Bünting weiterhin auf Erfolgskurs. Die strategische Ausrichtung erweist sich als sehr tragfähig.[mehr]

Das belegen die jetzt vorge-legten Bilanzzahlen für das Jahr 2018. So hat die Bünting Unternehmens-gruppe das Geschäftsjahr 2018 mit einem erneut deutlich gesteigerten Betriebsergebnis von 15,6 Mio. € abgeschlossen. Neben der positiven Entwicklung des operativen Geschäfts zeigt sich nun auch wie geplant das Bilanzergebnis mit einem Plus von 11,7 Mio. € wieder stabil im positiven Bereich.

Auch das Volumen für Investitionen ist im Berichtszeitraum auf 24,1 Mio. € gestiegen. Bünting hat dabei im gesamten Vertriebsgebiet zwischen Nordsee und Sauerland umfassend in die Modernisierung der Standorte investiert, sowie wichtige Innovationen in Infrastruktur und IT forciert. Und auch für das Jahr 2019 zeichnen sich die positiven Entwicklungen weiter ab, so konnte beispielsweise die Flächenproduktivität der Verbraucher-märkte um +3,2% gesteigert werden.

Strategisch richtig aufgestellt

„Die positive Entwicklung bestärkt uns darin, dass wir mit der Neuausrichtung den richtigen Weg gehen“, resümiert Markus Buntz, Vorstandsvorsitzender der Bünting Unternehmensgruppe, „2018 ist für uns positiv verlaufen und dies hat sich auch in 2019 fortgesetzt. Die Faktoren für die erfolgreiche Neuausrichtung sind eine konsequente Kunden-orientierung, die kontinuierliche Weiterentwicklung und Optimierung des Sortiments, eine regionale und lokale Ausrichtung sowie ein starker Fokus auf Service und Beratung.“ So geht Bünting gut aufgestellt in das Jahr 2020.

Investitionen in Märkte deutlich gesteigert

Im Geschäftsjahr 2018 hat Bünting die Investitionen in seine Märkte gesteigert: Über 24 Mio. €, und damit mehr als ein Drittel zum Vorjahr. Diese Mittel kommen in erster Linie der Modernisierung der Märkte zugute, so Markus Buntz: „Neben einem modernen Auftritt setzen wir stark auf den Ausbau unserer Frische-Angebote, zum Beispiel bei den Convenience-Produkten und unseren gastronomischen Angeboten. Außerdem haben wir flächendeckend in neue Kassensysteme investiert“, betont der Vorstandsvorsitzende. Bei den Kunden kommen diese Neuerungen sehr gut an: In modernisierten Märkten verzeichnet Bünting ein deutliches Umsatzplus bis in den zweistelligen Prozentbereich hinein.

Hinzu kommer ...g in der
Distributionslc ...award
ausgezeichnete Projekt steigert die Effizienz der Bünting Supply Chain und damit die Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens.

Bünting geht neue Wege in der Kundenbindung

Nicht nur 2018, auch 2019 stand für Bünting ganz im Zeichen der Kundenbindung. Neben der Fortführung der Marktmodernisierungen wurde dazu vor allem das Sortiment weiter entwickelt, um etwa mit neuen Produktkategorien wie „Bewusst Leben“ neue Kundengruppen anzusprechen. Zum Jahresbeginn wurde der Markenauftritt der beiden Lebensmittelhandelsketten famila Nordwest und Combi grundlegend neu gestaltet. Über eine eigenständige Werbekampagne erhielten die Vertriebslinien ein geschärftes Profil, das vor allem die Nähe zur Region unterstreicht. Hinzu kamen ganz neue und innovative Projekte, wie etwa die Eröffnung eines Festival-Supermarkts auf dem Hurricane Festival in Scheeßel, der die Marke Combi bei einem jungen Publikum bekannter macht. Mit der zum Jahresende eingeführten Kundenkarte „MOIN CARD“ bedankt sich Bünting zudem bei seinen Kunden für ihre Treue und ihr Vertrauen.

Ausblick

Für das Geschäftsjahr 2019 sieht Bünting weiterhin eine solide und stabile Geschäftsentwicklung, die 2020 fortgesetzt wird. Markus Buntz gibt einen Ausblick darauf, wie Bünting in das aktuelle Geschäftsjahr startet: „Die positive Entwicklung, die die Bilanz 2018 zeigt, hat sich 2019 fortgesetzt. Dieser Erfolg bestätigt uns darin, als regional starker und am Kunden orientierter Einzelhändler auch in einem herausfordernden Wettbewerbsumfeld weiter unseren Kurs beizubehalten. Wir werden 2020 konsequent weiter am Wachstum der Bünting Unternehmensgruppe arbeiten – mit neuen Initiativen, neuen Projekten und auch neuen Standorten.“

04.12.2019

MOIN CARD: MIT DER NEUEN KUNDENKARTE LOHNT SICH DER EINKAUF

Sie ist klein, handlich und sie hat einiges zu bieten: Mit der Moin Card bringt die Bünting Gruppe eine erste eigene Kundenkarte auf den Markt. [mehr]

Seit Mitte November, pünktlich zum Start in die Weihnachtssaison, können sich Combi und famila Kunden registrieren und danach zahlreiche Vorteile wie zum Beispiel spezielle Rabattaktionen oder exklusive Artikel nur für Karteninhaber in Anspruch nehmen. Ab Frühjahr 2020 werden exklusive Angebote regionaler Kooperationspartner die Vorteilswelt der Moin Card ergänzen.

„Wir haben die Moin Card speziell für die Kunden in unseren Vertriebsregionen entwickelt. Karteninhaber können sich direkt bei jedem Einkauf über Vorteile freuen, ganz ohne langwierig Punkte sammeln zu müssen“, sagt Bünting Geschäftsführer Frank Hilgenberg.
„Die Nachfrage seitens unserer Kunden ist enorm, offenbar haben wir mit der Moin Card einen Nerv getroffen“, zieht Hilgenberg ein erstes Zwischenfazit.

Was hat die Moin Card zu bieten?

Die Moin Card dwest Märkten
jede Woche ex n. Auch
besondere Aktionsprodukte und Zugaben stehen den Besitzern der Moin Card exklusiv zur Verfügung. Im Dezember gibt es zum Beispiel die niedlichen „Moinchens“: kleine Stofftiere, die perfekt an den Weihnachtsbaum passen. Kunden, die sich bis zum 31. Dezember für die neue Kundenkarte registrieren, erhalten sogar eine Gutschrift über 10 Euro als Begrüßungsgeschenk auf den nächsten Einkauf.

Wie funktioniert die Moin Card?

Die Moin Card basiert auf einem Statusprogramm, das heißt, Nutzer können je nach Einkaufsfrequenz und -umsatz von der Basisversion der Kundenkarte stufenweise über den Bronze- und Silberstatus bis in den Goldstatus gelangen. Dieser hält für die Kunden die attraktivsten Einkaufsvorteile bereit.

Ab Frühjahr 2020 wird die Moin Card auch für den Bünting-Lebensmittelversand myTime.de verfügbar sein. Ebenfalls ab dem kommenden Jahr werden regionale und lokale Kooperationspartner die Vorteilswelt der Kundenkarte um attraktive Angebote erweitern.

Weitere Informationen zur Moin Card finden Sie auf www.moincard.de.

31.08.2019

BÜNTING TEE „EARL GREY“ TESTSIEGER BEI STIFTUNG WARENTEST

Beliebter Schwarztee beim Qualitätstest auf Platz 1[mehr]

Leer/Nortmoor, August 2019 – Erfolg für Büntings Earl Grey: Der Schwarztee setzte sich beim Test der Stiftung Warentest gegen die Konkurrenz durch und erhielt in der Kategorie „Earl Grey“ die Bestnote.

Beim aktuellen Qualitätstest der Stiftung Warentest schneidet Büntings Schwarztee „Earl Grey“ im Aufgussbeutel mit einem hervorragenden Ergebnis ab. Insgesamt waren die Inhaltsstoffe von 30 Schwarztees unterschiedlicher Anbieter analysiert worden, darunter die Sorten Schwarzteemischung, Ostfriesische Mischung sowie Earl Grey.

In der Kategorie „Earl Grey“ belegt Bünting Tee den Spitzenplatz. Mit der Endnote 1,7 rangiert er als bestes Produkt in der Gesamtwertung auf dem ersten Platz.

Die klassische Tee-Spezialität ist nach dem ehemaligen britischen Premierminister Charles Grey, Earl of Fallodon, benannt und gehört beim Teehandelshaus Bünting zu den beliebtesten Sorten. Liebhaber schätzen am Bünting Tee „Earl Grey“ vor allem sein durch die Zitrusfrucht Bergamotte hervorgerufenes blumig-frisches Aroma.

Auch der Bünting Klassiker „Grünpack“ schneidet bei den Testern mit einem erfreulichen Ergebnis ab: In der Kategorie „Ostfriesenmischung“ landet er mit der Note 2,0 neben weiteren Anbietern auf dem ersten Platz.

Als ältestes privates Teehandelshaus Ostfrieslands schreibt Bünting seit 1806 Teegeschichte. Der Gründer Johann Bünting legte mit der Eröffnung eines Kolonialwarenladens in der Altstadt von Leer die Grundlage für

das gleichnam
Unternehmens n
Unternehmen. Das Bünting Teehandelshaus steht für eine Balance von Tradition und Moderne. Die Unternehmensstärke liegt in der gewachsenen Produktvielfalt – neben dem echten Ostfriesentee „Grünpack“ bietet Bünting auch Teespezialitäten, wie Grüne Tees, Biotees sowie Kräuter- und Früchtetees an. Mehr Infos unter: www.buenting-tee.de

04.07.2019

HURRICANE 2019 - ERFOLGREICHER AUFTAKT FÜR COMBI ALS FESTIVAL-SUPERMARKT

Vom 21. bis zum 23. Juni feierten zehntausende Festivalbesucher beim Hurricane im niedersächsischen Scheeßel. Möglich gemacht wurde die Party bei bestem Wetter auch vom ostfriesischen Supermarkt Combi. Unter dem Motto „Moin. Frisch. Nebenan.“ wurde in einem 2.000 Quadratmeter großen Festival-Supermarkt alles geboten, was das Festival-Herz begehrt. Allem voran Getränke, Backwaren und Eis. Es war eine große Premiere für die rund 240-köpfige Supermarkt-Crew aus dem Nordwesten: 2019 hat mit Combi auf dem Hurricane-Festival erstmals ein regionaler Supermarkt in Scheeßel seine Türen geöffnet. Bei für das Hurricane ungewohnt heißen Temperaturen wurden rund 80.000 Einkäufe abgewickelt und die rund 68.000 Festivalbesucher konnten aus einem Sortiment von über 500 Artikeln wählen. Ein wahrer Kraftakt, der vor allem Einsatz, gute Nerven und perfektes Teamwork von allen verlangte. Der Topseller war keine große Überraschung, über 100.000 Dosen Bier und Biermischgetränke liefen über das Kassenband. Die nötige Grundlage verschaffte sich das Partyvolk unter anderem mit 60.000 frischen Brötchen aus der markteigenen Backstation und 15.000 Bananen. Ein weiterer Renner bei den heißen Temperaturen: Eis! Insgesamt wurden im Festivalsupermarkt über 17.000 Speiseeis verkauft. Dazu kamen mehr als 25 Tonnen Eiswürfel, mit denen die Festivalbesucher ihre Drinks, ihr Essen oder auch ihre Köpfe kühlen konnten. Um nicht nur die tiefgekühlten Waren, sondern auch Getränke, Grillgut, Campingzubehör und vieles mehr immer vorrätig zu haben, waren die Combi-Mitarbeiter in Schichten von früh morgens bis spät in die Nacht im Einsatz – sowohl an den Kassen, bei der Befüllung der Regale aber auch im Lager. „Der Combi Festivalsupermarkt beim Hurricane 2019 war sowohl für die Besucher als auch für uns ein voller Erfolg. Unsere Mitarbeiter haben überragenden Einsatz gezeigt und eine logistische Meisterleistung erbracht. Wir haben bei hohen Temperaturen die Versorgung des Festivals immer sichergestellt und...[mehr]

Vom 21. bis zum 23. Juni feierten zehntausende Festivalbesucher beim Hurricane im niedersächsischen Scheeßel. Möglich gemacht wurde die Party bei bestem Wetter auch vom ostfriesischen Supermarkt Combi. Unter dem Motto „Moin. Frisch. Nebenan.“ wurde in einem 2.000 Quadratmeter großen Festival-Supermarkt alles geboten, was das Festival-Herz begehrt. Allem voran Getränke, Backwaren und Eis. Es war eine große Premiere für die rund 240-köpfige Supermarkt-Crew aus dem Nordwesten: 2019 hat mit Combi auf dem Hurricane-Festival erstmals ein regionaler Supermarkt in Scheeßel seine Türen geöffnet. Bei für das Hurricane ungewohnt heißen Temperaturen wurden rund 80.000 Einkäufe abgewickelt und die rund 68.000 Festivalbesucher konnten aus einem Sortiment von über 500 Artikeln wählen. Ein wahrer Kraftakt, der vor allem Einsatz, gute Nerven und perfektes Teamwork von allen verlangte. Der Topseller war keine große

Überraschung, nötige Grundlage ver arkteigenen Backstation und 15.000 Bananen. Ein weiterer Renner bei den heißen Temperaturen: Eis! Insgesamt wurden im Festivalsupermarkt über 17.000 Speiseeis verkauft. Dazu kamen mehr als 25 Tonnen Eiswürfel, mit denen die Festivalbesucher ihre Drinks, ihr Essen oder auch ihre Köpfe kühlen konnten. Um nicht nur die tiefgekühlten Waren, sondern auch Getränke, Grillgut, Campingzubehör und vieles mehr immer vorrätig zu haben, waren die Combi-Mitarbeiter in Schichten von früh morgens bis spät in die Nacht im Einsatz – sowohl an den Kassen, bei der Befüllung der Regale aber auch im Lager. „Der Combi Festivalsupermarkt beim Hurricane 2019 war sowohl für die Besucher als auch für uns ein voller Erfolg. Unsere Mitarbeiter haben überragenden Einsatz gezeigt und eine logistische Meisterleistung erbracht. Wir haben bei hohen Temperaturen die Versorgung des Festivals immer sichergestellt und hatten nicht zuletzt sehr viel Spaß dabei“, erklärt Frank Hilgenberg, Marketing Geschäftsführer der Bünting-Gruppe, zu der Combi gehört. Auch Stephan Thanscheidt, Geschäftsführer bei FKP Scorpio, zieht ein positives Fazit: „Der Einstand von Combi war ein voller Erfolg. Wir sind begeistert, mit welcher Professionalität das Combi-Team sich hier präsentiert hat. Das Feedback war durchweg positiv – insbesondere die Vielfalt des Angebots und die Preise haben bei den Festivalbesuchern gepunktet.“ Combi bedankt sich bei allen für ein tolles Festival-Erlebnis 2019 und freut sich schon auf das Hurricane 2020 und 2021! Mehr Informationen zum Thema unter:

www.combi.de/hurricane sowie

www.hurricane.de/de/ . **Über Bünting**
Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit über 13.000 Mitarbeitern und rund 600 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Zur Unternehmensgruppe gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften famila und Combi mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem vereinen sich unter dem Dach der Unternehmensgruppe die Bünting E-Commerce GmbH & Co. KG für das Online-Geschäft, die Bünting Großhandel und Service GmbH & Co. KG als Partner im Großhandel sowie mehrere Dienstleistungsgesellschaften.

28.05.2019

BÜNTING HANDELSGRUPPE VERGIBT PREIS AN STARTUP AUS BERLIN UND 17-JÄHRIGEN UNTERNEHMER

Am 20. Mai fand in Hamburg zum dritten Mal das Food Innovation Camp statt, bei dem sich Lebensmittel-Startups präsentieren und mit Entscheidern aus Handel, Gastronomie und Investoren austauschen können. Die ostfriesische Bünting Unternehmensgruppe, zu der unter anderem die Vertriebsmarken Combi, famila und der Online Lebensmittelanbieter MyTime.de gehören, ist diesjähriger Sponsor des Pitchbühnen-Preises.[mehr]

Leer/Hamburg, Mai 2019 – Am 20. Mai fand in Hamburg zum dritten Mal das Food Innovation Camp statt, bei dem sich Lebensmittel-Startups präsentieren und mit Entscheidern aus Handel, Gastronomie und Investoren austauschen können. Die ostfriesische Bünting Unternehmensgruppe, zu der unter anderem die Vertriebsmarken Combi, famila und der Online Lebensmittelanbieter MyTime.de gehören, ist diesjähriger

Sponsor des Pi
Chance und st

Produkte des Siegers werden in 200 Combi und Famila Märkten sowie auf MyTime.de ins Sortiment aufgenommen.

„Startups sind interessant für uns, weil sie viel dichter an den Trends sind als die Etablierten. Sie sind wendiger und flexibler, und häufig auch bereit, ungewöhnliche Wege einzuschlagen“, erklärt Johannes Aumann, Leiter der Bünting Unternehmensentwicklung, die Gründe für das Sponsoring des Preises. „Und Bünting ist für Startups interessant, weil sich unser regionales Vertriebsnetz sehr gut eignet, um Konzepte schnell einzuführen und den Erfolg durch Feedback direkt vom POS zu überprüfen.“

Der Pitch-Preis von Bünting ging dieses Jahr an das Berliner Startup SpiceNerds. Die Gründer konnten auf der Bühne mit ihren Dressingkreationen nicht nur geschmacklich überzeugen, denn mit ihren „Dressings für Gemüse“ schufen sie sogar eine ganz neue Produktkategorie. Die Bio-Dressings in neuen innovativen Geschmacksrichtungen wie Orange-Estragon-Senf passen zu Gedünstetem, Gebratenem oder zu Rohkost. Bünting sieht für das ansprechend designte Produkt gute Chancen am Markt und nimmt SpiceNerds ins Sortiment auf.

Der Überraschungsgewinner des Abends war der erst 17-jährige Max Rongen aus Heinsberg in Nordrhein-Westfalen. Er beeindruckte die Jury mit seinem Auftritt und seinem Startup Plantbreak – Fitnessriegel zum Selbermachen – dermaßen, dass spontan ein Sonderpreis für ihn und seine Idee ausgelobt wurde. Der Schüler erhält ein maßgeschneidertes Paket für sein innovatives Produkt und wird nun eingeladen, gemeinsam mit den Handelsexperten von Bünting an den weiteren Schritten für einen erfolgreichen Markteintritt zu arbeiten.

Johannes Aumann von Bünting betont: „Wir möchten uns mit Startups und deren guten Ideen auseinandersetzen und als etabliertes Unternehmen dazulernen. Als Händler mit einer langen Historie sind wir per se dazu verpflichtet, uns beständig weiter zu entwickeln. Dazu gehört eben auch, immer die neuesten Markttrends und Innovationen im Blick zu haben.“

Über Bünting

Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit rund 13.000 Mitarbeitern und über 600 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Zur Unternehmensgruppe gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften famila und Combi mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem vereinen sich unter dem Dach der Unternehmensgruppe die Bünting E-Commerce GmbH & Co. KG für das Online-Geschäft, die Bünting Großhandel und Service GmbH & Co. KG als Partner im Großhandel sowie mehrere Dienstleistungsgesellschaften.

13.03.2019

BÜNTING INVESTIERT IN SEINE MARKEN COMBI UND FAMILA

Die ostfriesische Unternehmensgruppe Bünting startet die größte Markenoffensive ihrer mehr als zweihundertjährigen Geschichte und überholt das Image ihrer Lebensmittelhandelsketten famila Nordwest

und Combi. Mi schen Vertriebslinien fassende Werbemaßnahmen unterstützen den neuen Markenauftritt, neue Vertriebskanäle sprechen neue Zielgruppen an. famila – Moin, schöne Einkaufswelt.Mit einem neuen, zeitlosen Auftritt lädt famila dazu ein, seine norddeutsch geprägte Einkaufswelt zu entdecken und das Einkaufserlebnis zu genießen. In hellen Farben und mit typisch nordischen Motiven macht die neue Markendarstellung der Supermarktkette Lust auf mehr und betont ihre Stärken: Vielfalt und Inspiration. Combi – Moin. Frisch. Nebenan.Der neue Markenauftritt von Combi steht ganz im Zeichen von klarer Gestaltung. Die Werbebotschaften werden mit wenigen Worten in typisch norddeutscher Manier treffsicher auf den Punkt gebracht. Gleichzeitig wird die Bedeutung von Combi für seine Kunden kommuniziert: die Entlastung im Alltag durch einen unkomplizierten Einkauf und viele Servicedienstleistungen. Investition in Kommunikation „Mit der Neugestaltung des Markenauftritts von famila und Combi legen wir den Fokus auf unsere Kunden und unsere Region“, erklärt Frank Hilgenberg, Geschäftsführer und Marketingleiter bei Bünting. „Wir rücken unsere norddeutsche Identität in den Mittelpunkt unserer Markenkommunikation. Uns ist es wichtig, dass unsere Kunden sich mit unserem neuen Auftritt identifizieren können.“Die Kundenansprache der Markenoffensive wird über alle relevanten Kommunikationskanäle gespielt. Für die Imagekampagne wird in klassische Anzeigenwerbung wie Printanzeigen und Großflächenplakate investiert, im städtischen Raum auch in Werbung auf öffentlichen Verkehrsmitteln. Ergänzend setzt Bünting auf Online Werbung sowie...[mehr]

Die ostfriesische Unternehmensgruppe Bünting startet die größte Markenoffensive ihrer mehr als zweihundertjährigen Geschichte und überholt das Image ihrer Lebensmittelhandelsketten famila Nordwest und Combi. Mit einem frischen Look und griffigen Kernbotschaften erhalten die beiden norddeutschen Vertriebslinien ein geschärftes Profil, das vor allem die starke Nähe zur Region unterstreicht. Umfassende Werbemaßnahmen unterstützen den neuen Markenauftritt, neue Vertriebskanäle sprechen neue Zielgruppen an. **famila – Moin, schöne Einkaufswelt.**

Mit einem neuen, zeitlosen Auftritt lädt famila dazu ein, seine norddeutsch geprägte Einkaufswelt zu entdecken und das Einkaufserlebnis zu genießen. In hellen Farben und mit typisch nordischen Motiven macht die neue Markendarstellung der Supermarktkette Lust auf mehr und betont ihre Stärken: Vielfalt und Inspiration. **Combi – Moin. Frisch. Nebenan.**

Der neue Markenauftritt von Combi steht ganz im Zeichen von klarer Gestaltung. Die Werbebotschaften werden mit wenigen Worten in typisch norddeutscher Manier treffsicher auf den Punkt gebracht. Gleichzeitig wird die Bedeutung von Combi für seine Kunden kommuniziert: die Entlastung im Alltag durch einen unkomplizierten Einkauf und viele Servicedienstleistungen. **Investition in Kommunikation**

„Mit der Neugestaltung des Markenauftritts von famila und Combi legen wir den Fokus auf unsere Kunden und unsere Region“, erklärt Frank Hilgenberg, Geschäftsführer und Marketingleiter bei Bünting. „Wir rücken unsere norddeutsche Identität in den Mittelpunkt unserer Markenkommunikation. Uns ist es wichtig, dass unsere Kunden sich mit unserem neuen Auftritt identifizieren können.“

Die Kundenansprache der Markenoffensive wird über alle relevanten Kommunikationskanäle gespielt. Für die Imagekampagne wird in klassische Anzeigenwerbung wie Printanzeigen und Großflächenplakate investiert, im städtischen Raum auch in Werbung auf öffentlichen Verkehrsmitteln. Ergänzend setzt Bünting auf Online Werbung sowie soziale Netzwerke und Smart TV. Nicht zuletzt sorgen neu produzierte Radio- und Videospots dafür, dass die Marken emotional aufgeladen und damit noch erlebbarer werden. **Investition in neue Vertriebskanäle**

Für die Gewinnung neuer Kunden wurde aber nicht nur in einen neuen Markenauftritt investiert, sondern auch in neue Absatzkanäle und einen verbesserten Einkaufsservice: Auf der neu gestalteten Website combi.de

können Kunde : liefern
lassen. In einig verbinden und
die Ware im Markt abholen.
Schon heute erfolgt die Mehrzahl der Seitenaufrufe über mobile Endgeräte, mit steigender Tendenz. Deshalb war es nur ein logischer Schritt den Online Einkauf für den Kunden noch komfortabler zu gestalten und eine Combi-App zu entwickeln. Über sie kann der Kunde ortsunabhängig jederzeit mobil einkaufen. Außerdem bietet die App hilfreiche Funktionen wie eine sprachgesteuerte Artikelsuche oder die Artikelsuche mittels Barcode Scan. Über Bünting
Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit rund 13.000 Mitarbeitern und über 600 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Zur Unternehmensgruppe gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften famila und Combi mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem vereinen sich unter dem Dach der Unternehmensgruppe die Bünting E-Commerce GmbH & Co. KG für das Online-Geschäft, die Bünting Großhandel und Service GmbH & Co. KG als Partner im Großhandel sowie mehrere Dienstleistungsgesellschaften.

15.02.2019

COMBI IST OFFIZIELLER FESTIVALSUPERMARKT BEIM HURRICANE IN SCHEESSEL

Das Hurricane im niedersächsischen Scheeßel ist seit über 20 Jahren eines der größten Musikfestivals in ganz Deutschland. Auch 2019 werden vom 21. bis zum 23. Juni wieder zehntausende von Festivalbesuchern erwartet. In diesem Jahr sorgt erstmals der norddeutsche Verbrauchermarkt Combi dafür, dass dem international renommierten Open-Air-Festival nicht der Nachschub ausgeht. Damit die Besucher alles haben, was sie zum Feiern brauchen, errichtet Combi einen Festivalsupermarkt mit über 2.000 Quadratmetern Verkaufsfläche und ist mit bis zu 250 Mitarbeitern vor Ort. Im Festivalsupermarkt wird es ein besonderes Sortiment geben, das optimal auf die Bedürfnisse der Musik-Fans ausgerichtet ist: Darunter ein großes Sortiment an Campingartikeln und Grillbedarf, verzehrfertige und schnell zuzubereitende Lebensmittel und natürlich Getränke. Das Highlight: Damit auch bei heißen Temperaturen für kühle Drinks gesorgt ist, gibt es eine begehbare Kühlzone im Supermarkt. Außerdem unterstützt Combi das Recycling auf dem Festivalgelände durch die Aufstellung von neun Pfandautomaten. „Nicht nur das Hurricane Festival, auch Combi ist typisch nordisch. Wir sind im Nordwesten zu Hause und echte Profis für Lebensmittel – ideale Voraussetzungen, um als Supermarkt-Partner auf dem Festival anzutreten. Unter dem neuen Motto ‚Moin. Frisch. Nebenan.' sind wir in diesem Jahr mit Combi noch näher beim Kunden. Daher ist es für uns nur logisch, direkt auf dem Festival-Gelände vertreten zu sein", erklärt Frank Hilgenberg, Leitung Marketing der Bünting-Gruppe, zu der Combi gehört. Mehr Informationen zum Thema: www.combi.de/Beitrag/Hurricane sowie https://www.hurricane.de/de/. Über Bünting Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit über 13.000 Mitarbeitern und rund 600 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Zur Unternehmensgruppe gehören...[mehr]

Das Hurricane im niedersächsischen Scheeßel ist seit über 20 Jahren eines der größten Musikfestivals in ganz Deutschland. Auch 2019 werden vom 21. bis zum 23. Juni wieder zehntausende von Festivalbesuchern erwartet. In diesem Jahr sorgt erstmals der norddeutsche Verbrauchermarkt Combi dafür, dass dem

international r alles haben, was sie zum Fe netern Verkaufsfläche und ist mit bis zu 250 Mitarbeitern vor Ort. Im Festivalsupermarkt wird es ein besonderes Sortiment geben, das optimal auf die Bedürfnisse der Musik-Fans ausgerichtet ist: Darunter ein großes Sortiment an Campingartikeln und Grillbedarf, verzehrfertige und schnell zuzubereitende Lebensmittel und natürlich Getränke. Das Highlight: Damit auch bei heißen Temperaturen für kühle Drinks gesorgt ist, gibt es eine begehbare Kühlzone im Supermarkt. Außerdem unterstützt Combi das Recycling auf dem Festivalgelände durch die Aufstellung von neun Pfandautomaten. „Nicht nur das Hurricane Festival, auch Combi ist typisch nordisch. Wir sind im Nordwesten zu Hause und echte Profis für Lebensmittel – ideale Voraussetzungen, um als Supermarkt-Partner auf dem Festival anzutreten. Unter dem neuen Motto ‚Moin. Frisch. Nebenan.' sind wir in diesem Jahr mit Combi noch näher beim Kunden. Daher ist es für uns nur logisch, direkt auf dem Festival-Gelände vertreten zu sein", erklärt Frank Hilgenberg, Leitung Marketing der Bünting-Gruppe, zu der Combi gehört. Mehr Informationen zum Thema: www.combi.de/Beitrag/Hurricane sowie https://www.hurricane.de/de/. **Über Bünting** Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit über 13.000 Mitarbeitern und rund 600 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Zur Unternehmensgruppe gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften famila und Combi mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem vereinen sich unter dem Dach der Unternehmensgruppe die Bünting ECommerce GmbH & Co. KG für das Online-Geschäft, die Bünting Großhandel und Service GmbH & Co. KG als Partner im Großhandel sowie mehrere Dienstleistungsgesellschaften.

23.01.2019

BÜNTING AUF ERFOLGSKURS

Positive Geschäftsentwicklung setzt sich 2017/18 fort[mehr]

Die Bünting Unternehmensgruppe setzt ihre unternehmerische Neuausrichtung in 2017/18 erfolgreich fort. Nach dem Geschäftsjahr 2016, das primär im Zeichen der Konsolidierung stand, zeigen die nun veröffentlichten Bilanzzahlen für das Geschäftsjahr 2017 erneut eine positive Entwicklung. So stieg das Betriebsergebnis auf 9,7 Mio. € und hat sich damit gegenüber dem Vorjahr fast verdoppelt.

Positiver Ergebnistrend

Auch im Geschäftsjahr 2018 hat sich der positive Ergebnistrend fortgesetzt: „Die Zahlen 2017 und die Entwicklung im Jahr 2018 zeigen, dass wir die richtigen Veränderungen im Zuge der Neuausrichtung vorgenommen haben. Bünting ist auf einem sehr guten Weg, das zeigen die Zahlen, aber auch das Engagement und die Motivation bei unseren Mitarbeitern", kommentiert Markus Buntz, der Vorstandsvorsitzende der Bünting Unternehmensgruppe. Die positive Entwicklung wird getragen von einer nachhaltigen Investitionsstrategie und einer effizienten Kostenstruktur, in deren Mittelpunkt die Modernisierung und weitere Optimierung der Vertriebs- und Logistikstrukturen steht.

Investitionen in Modernisierung und Ausbau der Vertriebskanäle

Sowohl stationär als auch digital hat Bünting 2017/18 aufgerüstet. Bereits über einhundert Combi- und famila-Märkte wurden umgebaut, modernisiert und stärker auf die Bedarfe der Kunden in der Region zugeschnitten. Ferner wurde das E-Commerce Geschäft mit dem stationären Geschäft verzahnt: Auf der neugeschaffenen

Plattform Com

Investitionen i

Auch innerhalb der Lieferkette hat Bünting 2017/18 nachhaltige und innovative Impulse gesetzt. So wurde die Einführung und der Roll-Out einer neuen Software, mit der die Warenverfügbarkeit im Sinne des Kunden besser ausgesteuert werden kann, mit dem „Retail Systems Award“ ausgezeichnet. Für ein innovatives Kooperationsprojekt mit Henkel und Nestlé konnte Bünting den Branchen-Oscar der Logistik, den „ECR Award 2018“, gewinnen. Im Verantwortungsbereich des Einkaufs ist mit der Gründung der RTG (Retail Trade Group) im Jahr 2017 eine starke und leistungsfähige Einkaufsgemeinschaft entstanden, die gegenüber den großen nationalen Händlern bei Konditionen und Strukturen wettbewerbsfähig ist und die bereits exzellent funktioniert. Ein deutliches Indiz für die Leistungsfähigkeit und das Potenzial der RTG ist der Beitritt von tegut Mitte 2018, der ein weiteres Wachstum des Einkaufsvolumens zur Folge hat.

Investitionen in die Marken

Um sich deutlicher vom Wettbewerb zu unterscheiden und um dem Kunden eine klare Orientierung zu geben, wurden auch die Dachmarken ‚Combi‘ und ‚famila‘ neu ausgerichtet. Entstanden ist ein modernes, klares Markenbild, welches das Bekenntnis zur norddeutschen Herkunft in den Mittelpunkt rückt. Eine groß angelegte Werbekampagne startet im Februar 2019.

Ausblick

Bünting erwartet für 2018 auch bilanziell eine gute Geschäftsentwicklung und geht optimistisch ins Jahr 2019: „Wir werden 2018 sowohl operativ als auch im Gesamtkonzern ein positives Ergebnis erreichen. Die umgesetzten Maßnahmen haben wie geplant gegriffen und bestärken uns, auch in 2019 weiter in die Modernisierung und den Ausbau unseres Angebots zu investieren“, erläutert Vorstandsvorsitzender Markus Buntz.

Die Bünting Unternehmensgruppe ist damit für das Jahr 2019 gut gerüstet und wird ihren unternehmerischen Kurs als starkes und wettbewerbsfähiges Unternehmen mit regionalem Schwerpunkt konsequent fortsetzen und sich dabei weiterhin intensiv an den Bedarfen der Kunden orientieren.

17.12.2018

BÜNTING TEEHANDELSHAUS FÜHRT LOSEN BIO TEE

Zuwachs im Bünting Tee Sortiment: Eine lose Bio Tee Range zieht ins SB-Regal ein.[mehr]

Bio-Tees sind seit langem fester Bestanteil im Bünting Tee-Sortiment: 14 Sorten gibt es schon im Teebeutel, von klassischer Kamille bis hin zu fruchtigem Holunder-Sanddorn-Tee. „Wir sehen, dass das Thema Bio beim Verbraucher einen immer größeren Stellenwert einnimmt.

Unsere Bio-Tees wachsen seit Jahren zweistellig im Umsatz und damit deutlich stärker als der Gesamtmarkt. Für uns war es daher ein logischer Schritt, das Sortiment noch weiter auszubauen“, so Frank Hilgenberg, Geschäftsführer Bünting Teehandelshaus.

Daher gibt es für Teeliebhaber, die das aromatische Heißgetränk am liebsten selbst portionieren, ab Dezember 2018 sechs Sorten auch als losen Bio-Tee: Fenchel-Anis-Kümmel, Mediterrane Kräuter, Holunder- Apfel, Erdbeer-Orange, Darjeeling „first flush“, Grüner Tee Chun Mee. Die neuen Standbodenbeutel sind dann in Verpackungsgrößen von 80-100 Gramm im Handel erhältlich.

Neben der Sor kaging zum Wiederverschließen, welches dafür sorgt, dass das kostbare Aroma lange erhalten bleibt. Dank eines transparenten Sichtfensters hat der Verbraucher bereits am SB-Regal einen unmittelbaren Produkteindruck und kann sich optisch von der Qualität der losen Teemischung überzeugen.

01.11.2018

COMBI-KUNDEN KÖNNEN ONLINE SHOPPEN

Combi ergänzt sein stationäres Angebot durch combi.de, das zum Onlineshop für Lebensmittel wird.[mehr]

Ab sofort können Kunden auf der Website der Supermarktkette aus dem Nordwesten etwa 13.000 verschiedene Artikel online bestellen und nach Hause liefern lassen – darunter auch gekühlte und tiefgekühlte Artikel.

„Immer mehr Kunden kaufen auch Lebensmittel online ein. Mit unserem Onlineshop myTime.de zeigen wir bereits seit Jahren, wie deutschlandweites Lebensmittel-Onlineshopping gut funktioniert. Über combi.de weiten wir dieses Angebot jetzt aus und gehen mit wegweisenden Pilotprojekten den nächsten Schritt in der Zustellung. Das Bestellen auf combi.de ist pünktlich, frisch und unkompliziert“, erklärt Markus Buntz, Vorstandsvorsitzender der ostfriesischen Bünting-Gruppe, zu der Combi gehört.

Umweltfreundliche Zustellung

Im Oldenburger Stadtgebiet wird die Zustellung durch den regionalen Postdienstleister Citipost Nordwest erledigt, der dafür unter anderem emissionsfreie E-Lastenfahrräder einsetzt. Durch die Verwendung von faltbaren Mehrweg-Transportboxen, die durch den Fahrer wieder mitgenommen werden und Tüten aus biologisch abbaubaren Materialien ist die Auslieferung damit besonders verpackungsarm. Damit geht combi.de auf einen Punkt ein, der Verbrauchern bei Lieferdiensten immer wichtiger wird.
Die Belieferung durch die Citipost Fahrzeugflotte soll zukünftig sukzessive auch auf weitere Lieferregionen ausgeweitet werden.

Pilot in Oldenburg: Der Combi Abholservice

Combi-Kunden in Oldenburg können bestellte Waren jetzt zudem in drei Combi-Märkten abholen – ganz ohne Suchen oder Anstehen an der Kasse. Im Combi in der Ammerländer Heerstraße 122, in der Bremer Heerstraße 160 und in der Hundsmühler Straße 133 werden die Bestellungen an der Marktinformation bereitgestellt. Kunden können die Artikel bis 10.00 Uhr online bestellen und bereits ab 12 Uhr am nächsten Tag abholen. Bewährt sich das Konzept, werden weitere Märkte für den zusätzlichen Service aufgeschaltet und Abholstationen außerhalb des Marktes eingerichtet. So kann der Kunde unabhängig von der Öffnungszeit des Marktes seinen Einkauf erledigen. Der Abholservice im Markt ist kostenfrei bei Bestellungen über 50,00 € Warenwert, bei kleineren Einkäufen fällt eine Servicepauschale von 2,99 € an. Werden gekühlte oder tiefgekühlte Waren bereitgehalten, wird zusätzlich ein Aufschlag von 4,90 € erhoben.

Über Bünting

Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200

Jahren in Leer einer der größten Arbeit e gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften famila und Combi mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem vereinen sich unter dem Dach der Unternehmensgruppe die Bünting E-Commerce GmbH & Co. KG für das Online-Geschäft, die Bünting Großhandel und Service GmbH & Co. KG als Partner im Großhandel sowie mehrere Dienstleistungsgesellschaften.

05.10.2018

MYTIME.DE IST EINER VON DEUTSCHLANDS BESTEN ONLINESHOPS

Kunden bewerten Angebot und Preis-Leistungsverhältnis mit Bestnoten[mehr]

Der Online-Lebensmittelhändler myTime.de ist einer von Deutschlands besten Onlineshops. Zu diesem Ergebnis kommt eine Verbraucherbefragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität und des Nachrichtensenders n-tv. Für die Studie wurden über 42.000 Kundenmeinungen gesammelt und ausgewertet. myTime.de konnte sich in der Kategorie „Lebensmittel“ als einer von drei Gewinnern durchsetzen. Der Onlineshop gehört zur ostfriesischen Bünting-Gruppe, die auch Combi- und famila-Märkte betreibt. „Wir freuen uns über das große Vertrauen der Verbraucher in den Service von myTime. Besonders stolz sind wir auf die Bestnoten beim Angebot und beim Preis-Leistungs-Verhältnis, bei denen wir die Besten im Segment sind“, so Frank Hilgenberg, Bünting E-Commerce. Nicht nur Verbraucher, sondern auch Experten bescheinigen die Qualität des Onlineshops. Aus einem Vergleich von Stiftung Warentest ging myTime.de im Oktober als Testsieger hervor. Seit dem Befragungszeitraum ist bereits eine neu gestaltete Seite für mytime.de online gegangen, die mehr Übersicht auf einen Blick verschafft und Smartphone-Benutzer noch besser unterstützt. So lassen sich Lebensmittel jederzeit einfach und mobil bestellen.Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit über 14.000 Mitarbeitern und rund 800 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Zur Unternehmensgruppe gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften famila und Combi mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem vereinen sich unter dem Dach der Unternehmensgruppe die Bünting E-Commerce GmbH & Co. KG für das Online-Geschäft, die Bünting Großhandel und Service GmbH & Co. KG als Partner im Großhandel sowie mehrere Dienstleistungsgesellschaften.

19.09.2018

BÜNTING, HENKEL UND NESTLÉ GEWINNEN ECR AWARD 2018

Digitale Transformation im Order-to-Cash-Prozess nach GS1-Standards durchgängig umgesetzt[mehr]

Mit der elektronischen Wareneingangsbestätigung schließen Bünting, Henkel und Nestlé die letzte Lücke im digitalen Order-to-Cash-Prozess. Damit ist die digitale Transformation von der Bestellung über die Lieferung bis zur Bezahlung vollständig und durchgängig umgesetzt. Die Standardisierungsorganisation GS1 Germany zeichnete dieses innovative Projekt gestern in Wiesbaden mit dem ECR Award 2018 aus.

„Im Rahmen der Neuorganisation unseres internen Warenflusses haben wir uns zum Ziel gesetzt, die Supply Chain von der Industrie bis hin ins Marktregal zu betrachten – einschließlich Disposition, Logistik und auch Information. Ein kooperativer Ansatz gemeinsam mit unseren Industriepartnern hat uns geholfen,

gegenseitiges lisierung“, erklärt Helge-C

Die ostfriesische Unternehmensgruppe Bünting bezieht von den Herstellern Henkel und Nestlé eine Vielzahl an Produkten, die in den eigenen Combi- und Famila-Märkten oder im Großhandel verkauft werden. Um den Beschaffungsprozess von der Produktion bis in das Marktregal transparent abwickeln und verfolgen zu können, haben sich die drei Partnerunternehmen zusammengeschlossen und setzen die Anwendungsempfehlung der GS1 gemeinsam um.

Medienbrüche und manuelle Übertragungen entfallen

Bereits vorher konnte digital bestellt und ein elektronisches Lieferavis erstellt werden. Die Hersteller sendeten eine elektronische Rechnung bereits mit dem Verlassen der Ware vom eigenen Hof. Doch sobald sich die Ware auf dem Weg befand, endete die digitale Durchgängigkeit. Die eingehenden Lieferungen wurden von Bünting am Wareneingang manuell erfasst und eine Eingangsbestätigung in einem separaten System erstellt. Abweichungen, die im Wareneingang festgestellt wurden, mussten anschließend aufwendig zwischen Industrie und Handel geklärt werden.

Dieser Medienbruch kostete Zeit, Geld und führte zu einer schlechteren Warenverfügbarkeit. Auch Reklamationen waren ein aufwendiger Vorgang, da mit Reklamationsscheinen auf Papier gearbeitet wurde. Daher beschlossen Bünting, Henkel und Nestlé im Mai 2017, diesen Medienbruch durch einen durchgängigen Informationsaustausch zu beseitigen.

Automatischer Datenaustausch zwischen Händler und Lieferant

Durch die Implementierung von RECADV, der elektronischen Empfangsbestätigung nach GS1-Anwendungsempfehlung, wird die Ware jetzt automatisch erfasst und der Eingang quittiert. Somit müssen zu keinem Zeitpunkt Informationen manuell von einem System ins andere übertragen werden. Stattdessen tauschen die Informationssysteme jetzt einheitliche Nachrichten nach dem EDI-Standard aus. Auch die Reklamationen konnten reduziert und in der Durchführung vereinfacht werden.

Pünktlichkeit der Lieferungen von 89% auf 99% gesteigert

Durch die Implementierung von RECADV gemeinsam mit Henkel und Nestlé erhält Bünting eine größere Transparenz in der Lieferkette. Das Unternehmen hat jederzeit den Überblick über den Status aller Bestellungen. Dadurch konnte der Anteil pünktlicher Lieferungen um beinahe ein Fünftel auf 99% gesteigert werden. Zudem entfallen die manuellen Scans im Wareneingang, wodurch dieser 17% weniger Zeit in Anspruch nimmt.

„Der ECR-Award ist eine großartige Auszeichnung, die einmal mehr die Bemühungen unserer Mitarbeiter und vor allem auch die Innovationskraft der Unternehmensgruppe honoriert“, so Helge-Christian Eilers. Als nächster Schritt ist die Ausweitung des Projektes auf die gesamte Retail Trade Group (RTG) geplant, der Bünting als Gründungsmitglied und Gesellschafter angehört.

Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit über 14.000 Mitarbeitern und rund 800 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Zur Unternehmensgruppe gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften famila und Combi mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem vereinen sich unter dem Dach der Unternehmensgruppe die Bünting E-Commerce

GmbH & Co. K ls Partner im Großhandel sc inting SCM / Logistik GmbH & Co. KG für die Steuerung des gesamten Warenflusses über die Bünting Unternehmensgruppe, vom Lieferanten bis in die Märkte. Zusammen mit der Markant Ostwestfalen Dienstleistungs GmbH & Co. KG ist sie für die gesamte Zentrallager- und Distributionslogistik verantwortlich.

05.07.2018

BÜNTING GEWINNT RETAIL SYSTEMS AWARD 2018

Ausgezeichnet wurde die Bünting Gruppe für ein innovatives Gemeinschaftsprojekt mit RELEX Solutions[mehr]

Höhere Warenverfügbarkeit bei geringeren Kosten: Am 27. Juni wurde zum 13. Mal der „Retail Systems Award" für innovative Einzelhandelsprojekte in London verliehen. Die Bünting Gruppe und Partner RELEX Solutions gewannen in der Kategorie „Retail Partnership of the Year (In-Store)" mit einem Gemeinschaftsprojekt, das zweistellige prozentuale Kostensenkungen in der Supply Chain brachte.

Die Kategorie „Retail Partnership of the Year (In-Store)" würdigt eine besonders innovative und vor allem kundenorientierte Kooperation zwischen einem Einzelhändler und einem Technologieanbieter. Das Gemeinschaftsprojekt der Bünting Gruppe und RELEX Solutions widmete sich der konsequenten Reorganisation des Warenflusses vom Lieferanten zum Kunden. Ziel war es, eine flexible und gleichzeitig zentrale Lösung für die Bünting Märkte zu entwickeln, mit deren Hilfe die Prognose-, Distributions- und Lagerplanung optimiert wird, und die auch Schlüsselfaktoren wie saisonale Schwankungen, Preiselastizität und Witterungsverhältnisse berücksichtigt. Am Ende sollte eine optimale Warenverfügbarkeit für den Kunden sichergestellt sein. Das Projekt, das zunächst mit einem Pilot von 25 Märkten begann, erwies sich als voller Erfolg und befindet sich aktuell im Roll-Out – knapp 150 Regiemärkte nutzen das System bereits: „Der Preis ist eine Auszeichnung für die gute Zusammenarbeit innerhalb der Bünting Gruppe und mit unserem Partner RELEX. Es zeigt, dass eine proaktive Planung erhebliche Effizienzeinsparungen mit sich bringt. Jetzt haben wir die Daten und Analysen, die wir brauchen, um unter allen Umständen schnell reagieren zu können, um den Platz in jedem unserer Geschäfte individuell zu optimieren und den Warenfluss anzupassen, wo immer es notwendig ist", so der Geschäftsführer Bünting SCM / Logistik, Helge-Christian Eilers. Für die Umsetzung des Projekts wurde zunächst eine neue Dispositionssoftware entwickelt. Das IT Projektteam integrierte die neue Supply Chain Lösung in das bereits vorhandene ERP-System. Im Anschluss optimierten die Berater und Analysten von RELEX in Zusammenarbeit mit dem Bünting Supply Chain Management die Bedarfsprognosen und Bestellvorgänge. Eine Anpassung der Lieferfrequenz in den Märkten realisiert darüber hinaus eine bedarfsgerechte Warenversorgung. Im Ergebnis entsteht so ein optimierter Warenfluss in der Bünting Gruppe – mit beachtlichen Resultaten: Die Warenverfügbarkeit in den Märkten ist gestiegen, während gleichzeitig der Lagerbestand gesenkt werden konnte. Durch die Veränderung des Liefertaktes sanken die Fuhrparkkosten und der CO2-Ausstoß deutlich. Auch die Menge an Abschriften verringerte sich durch die vorausschauende Belieferung merklich.

27.06.2018

TEGUT... TR

Retail Trade Gr

Etwas mehr als ein Jahr nach seiner Gründung kann das Einzelhandels-Joint Venture RTG Retail Trade Group einen weiteren Partner als Mitglied begrüßen: der Lebensmittel-Spezialist tegut… gute Lebensmittel GmbH & Co. KG aus Fulda tritt der Handelskooperation als siebtes Mitglied bei. tegut betreibt derzeit etwa 290 Märkte in Hessen, Thüringen, Baden-Württemberg und Bayern sowie in Göttingen und Mainz. Durch den Beitritt des Unternehmens zur RTG erhöht sich deren Einkaufsvolumen und Schlagkraft erneut.

Die sechs Handelsunternehmen real, Bartels-Langness, Bünting, NETTO ApS, Klaas & Kock und Georg Jos. Kaes hatten im April 2017 die "RTG Retail Trade Group" gegründet. Ziel dieser Plattform ist die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit der Partner, indem sie individuelle Stärken in der RTG gemeinsam bündeln. Dazu gehören neben einem gemeinsamen Einkauf für Food FMCG sowie Non-Food und Ultrafrische auch weitere Funktionsbereiche, bei denen zusammengearbeitet wird. Nach dem erfolgreichen Start im April 2017 wurde die Zusammenarbeit auf den Bereich Technischer Einkauf ausgeweitet, eine Kooperation in den Bereichen Supply Chain Management und Administration ist geplant.

Die Industriepartner haben durch den Neuzugang teguts bei den in der RTG kooperierenden Unternehmen jetzt noch mehr Vorteile: Diese gehen von der bundesweiten Reichweite über eine Vielzahl unterschiedlicher Formate – vom Discounter bis zum Hypermarkt bis hin zu den Zugängen der unterschiedlichen Online-Plattformen der RTG-Partner. Somit sind die direkt mit der RTG-Zentrale getroffenen Entscheidungen nicht nur schnell, sondern auch hocheffizient für alle Beteiligten umsetzbar.

„Die RTG ist eine ganz klare Erfolgsgeschichte. In weniger als einem Jahr konnte das Bündnis bereits seine Schlagkraft in Verhandlungen mit den Industriepartnern unter Beweis stellen. Ein höheres Einkaufsvolumen bedeutet immer auch, bessere Konditionen für unsere Kunden erreichen zu können. Der Beitritt von tegut zu unserem Bündnis freut uns sehr“, sagt Michael Kutz, Geschäftsführer RTG.

„Aufgrund unserer regionalen Stärke insbesondere in unserem Heimatland Hessen sowie in Thüringen und Bayern ergänzen wir das derzeitige Portfolio der anderen RTG-Partner perfekt. Als Bio-Pioniere im deutschen LEH bringen wir zudem unsere mehr als 35-jährige Kompetenz bei nachhaltigen Sortimenten mit ein“, sagt Thomas Gutberlet, Geschäftsführer tegut.

Das Bundeskartellamt wurde über die Erweiterung um einen weiteren Joint Venture-Partner vorab informiert.

14.03.2018

BÜNTING ERZIELT ÜBER 70.000 EURO ERLÖS FÜR UNICEF

Weihnachtskartenverkauf kam wieder gut bei den Kunden an.[mehr]

Der Umsatzerlös des Weihnachtskartenverkaufs geht zu 100 Prozent an das UN-Kinderhilfswerk und kommt der internationalen UNICEF-Arbeit zugute. Gemeinsam mit seinen Partnern vor Ort versorgt UNICEF jedes dritte Kind weltweit mit Impfstoffen, stattet Schulen aus und hilft in Krisen- und Kriegsgebieten.

Die Bünting U ereits zum achten Mal in Folge UNICEF durch den ehrenamtlichen Verkauf von UNICEF-Grußkarten in allen Verbrauchermärkten. Von Anfang November bis Ende Dezember 2017 wurden Karten mit verschiedenen weihnachtlichen Motiven angeboten. „Der jährliche Verkauf von UNICEF-Weihnachtsgrußkarten gehört bei uns schon zur guten Tradition und ist auch 2017 wieder sehr gut bei unseren Kunden angekommen“, sagt Annett Rabe, Pressereferentin der Bünting Unternehmensgruppe.

Insgesamt beträgt der Umsatzerlös 70.503,76 Euro. „Als UNICEF-Verkaufspartner verzichten wir auf die komplette Handelsmarge und unterstützen so Gesundheits-, Bildungs- und Kinderschutz- sowie aktuelle Nothilfe-Programme“, betont die Sprecherin.

25.01.2018

BÜNTING ERWARTET FÜR 2018 WIEDER SCHWARZE ZAHLEN

Neuausrichtung hat erfolgreich gegriffen[mehr]

Nach zwei bewegenden Jahren ist die Unternehmensgruppe Bünting auf einem guten Wege: Die Neuausrichtung hat erfolgreich gegriffen. Für 2018 erwartet das Unternehmen wieder schwarze Zahlen. Die Konzentration auf den Lebensmitteleinzelhandel, verbunden mit einer in allen Unternehmensbereichen gelebten Kundenorientierung, hat das Jahr 2017 geprägt. Nachdem im vergangenen Jahr bereits mehr als 40 Märkte umgebaut wurden, geht der Rollout der neuen Marktgeneration auch in 2018 mit Hochdruck weiter.
Zum Jahresauftakt zog Markus Buntz, der Vorstandsvorsitzende der Unternehmensgruppe Bünting, ein positives Fazit: „Wir haben das Unternehmen in allen Bereichen entschlossen umgestaltet. Ich kann deutlich sagen: Mit der Rückbesinnung auf unsere Kernkompetenz und auch mit der Trennung von nicht zukunftsfähigen Unternehmenssparten haben wir alles richtig gemacht.“ Verbunden ist die Neuausrichtung mit einer Vielzahl an unternehmensinternen Maßnahmen – von der Logistikoptimierung bis zur effizienten Organisationsstruktur. So wurde ein zukunftsgerichtetes Category Management geschaffen, das Verantwortung und Kompetenzen aus Einkauf und Sortimentsgestaltung bündelt und sich am Kunden ausrichtet. Die Kundenorientierung steht bei Bünting im Zentrum der gesamten Neuausrichtung.
Markus Buntz: „Wir denken und gestalten alle Bereiche und Prozesse neu – vom Kunden aus, von seinen Erwartungen und Wünschen.“ Besonders ersichtlich wird die Kundenorientierung bei der neuen Marktgeneration. Diese vereint modernes Einkaufen mit dem Bekenntnis zur Region und Regionalität. Wesentliches Kennzeichen sind der Wochenmarkt-Charakter aus der Kombination von Bedientheke und Obst- und Gemüseabteilungen. Insbesondere die neue Marktfleischerei, aber ebenso eine zunehmende Digitalisierung in den Märkten sind Bestandteil des Marktkonzepts. Markus Buntz dankte ausdrücklich den rund 14.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von Bünting: „Sie haben mit großem Einsatz und Sachverstand zum Erfolg der Neuausrichtung beigetragen.“ Dem prognostizierten positiven Konzernergebnis in 2018 ging in 2016 bereits ein operatives Plus voraus, das sich in 2017 fortführte. Markus Buntz in seinem Ausblick: „Die Dynamik im operativen Ergebnis ist nachhaltig positiv. Unser Geschäft entwickelt sich gut. Und wir investieren weiter in die Zukunftsfähigkeit der Unternehmensgruppe.“

02.10.2017

BESTER ONLINE-SHOP 2017 FÜR LEBENSMITTEL

myTime.de bei Verbraucherbefragung erneut vorn[mehr]

Der Online-Supermarkt myTime.de betreibt nach Meinung der Verbraucher auch 2017 einen der besten Online-Shops in Deutschland. In einer Verbraucherbefragung des Deutschen Instituts für Service-Qualität (DISQ) und n-tv liegt myTime.de im Bereich Lebensmittelshop wie im Vorjahr ganz vorn. Die Auszeichnung wurde in Berlin überreicht.

Im Jahr seines fünften Geburtstages erfreut sich myTime.de unverändert großer Beliebtheit. Bei der großen Verbraucherbefragung, die DISQ und n-tv jährlich durchführen, landete der Online-Supermarkt erneut auf dem ersten Platz. „Wir freuen uns über das großartige Abschneiden“, sagt Frank Hilgenberg, Geschäftsleitung der Bünting E-Commerce GmbH & Co. KG, die myTime.de betreibt. “Das ist eine Bestärkung für unsere Produkt- und Serviceleistung, und zugleich eine Aufforderung, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzugehen.“

Für die Studie wurden mehr als 35.000 Verbraucher nach ihrer Zufriedenheit mit Online-Shops befragt. Sechs wesentliche Leistungsbereiche haben sie bewertet: Internetauftritt, Angebot, Preis-Leistungs Verhältnis, Kundenservice, Versand und Rücksendung sowie Bestell- und Zahlungsbedingungen. In 41 Kategorien von Apotheken bis Wohnen wurden die jeweils besten drei Online-Shops ausgezeichnet. Der Umsatz im E-Commerce steigt Jahr für Jahr kontinuierlich an. 2016 erreichte er bereits knapp 53 Milliarden Euro.

25.08.2017

BÜNTING STÄRKT SEIN E-COMMERCE-GESCHÄFT WEITER

Führungswechsel auch im Großhandel[mehr]

Die Unternehmensgruppe Bünting bindet seinen E-Commerce-Bereich enger an die Konzernzentrale. Ab sofort fließt die Expertise zentraler Funktionsbereiche wie des neu geschaffenen Category Managements und des Marketings auch unmittelbar in den ECommerce. Die enge Integration in den Konzernverbund zeigt sich auch im Wechsel der Verantwortlichen. Der Bünting E-Commerce wird zukünftig von Helge Eilers und Frank Hilgenberg geleitet.

Frank Hilgenberg ist seit 1. März Marketingleiter der Unternehmensgruppe und Geschäftsführer des Teehandelshauses. Helge Eilers ist zusammen mit Rudolf Gartmann auch Geschäftsführer der Bünting SCM/Logistik GmbH & Co. KG. In dieser Funktion trägt er die Verantwortung für die Logistik und das Supply Chain Management in der Bünting Unternehmensgruppe.

Im Logistikbereich hat Bünting seine E-Commerce-Sparte bereits im Sommer durch die Partnerschaft mit Deltitrade gestärkt. Deltitrade ist ein erfahrener Logistikpartner mit großer Expertise im Versandhandel.

„Der Bünting E-Commerce erfährt durch die enge Integration eine weitere Stärkung“, sagt Markus Buntz, Vorstandsvorsitzender der Bünting Unternehmensgruppe. Zukünftig teilen sich mit den beiden neuen

Geschäftsführ n zeigt sich
die wachsende :e betreibt
unter anderem den Online-Lebensmittelhandel myTime.de.

Frank Hilgenberg übernimmt außerdem die Geschäftsführung für das Großkunden- und Großverbrauchergeschäft im BGS und tritt an die Seite von Friedrich Delmenhorst, der den selbstständigen Einzelhandel führt. Frank Harder, bisher Geschäftsführer in beiden Gesellschaften, verlässt auf eigenen Wunsch die Unternehmensgruppe und wechselt in die Elektronikbranche.

Die Personalunionen stehen im Einklang mit der Bündelung von Aufgaben und der Vereinheitlichung und Straffung von Abläufen innerhalb der Unternehmensgruppe vom Warenfluss über den Vertrieb bis zum Marketing. „Wir respektieren die Entscheidung von Frank Harder und wünschen ihm für seinen Wechsel alles Gute“, sagt Markus Buntz.

24.08.2017

COMBI-LAND IST WERDER-LAND

Combi wird Regio-Sponsor von Werder Bremen[mehr]

Die Verbrauchermarktkette Combi engagiert sich ab sofort als offizieller Regionalsponsor bei Werder Bremen. Die neue Partnerschaft wurde pünktlich zum Start der Bundesligasaison geschlossen und gilt für die Spielzeit 2017/18. "Combi und Werder sind beide in der Region fest verankert. Das passt perfekt zusammen", freut sich Markus Buntz, Vorstandsvorsitzender der Bünting Unternehmensgruppe, zu der Combi gehört. "Combi-Land ist Werder-Land. Viele Werder-Fans sind Combi-Kunden."

Combi ist in Deutschlands Nordwesten mit rund 200 Märkten vertreten, die überwiegend direkt in Wohngebieten angesiedelt sind. Die verbrauchernahen Märkte bieten auf Verkaufsflächen zwischen 1300 und 3000 Quadratmetern mit Wochenmarktcharakter ein vielseitiges Sortiment an Lebensmitteln. Combi steht für Frische, Regionalität und Kundennähe.

„Wir freuen uns, dass die Partnerschaft mit Combi auch die Nachwuchsförderung mit einbezieht“, sagt Klaus Filbry, Geschäftsführer von Werder Bremen. Combi wird das Leistungszentrum der Grün-Weißen mit frischen Lebensmitteln beliefern.

Ein besonderes Highlight der Partnerschaft neben Bandenwerbung und Logoplatzierungen ist der Küstengold-Strandkorb auf der Nordtribüne. Auf diesen außergewöhnlichen Stadionplätzen dürfen ausgesuchte Fans die Heimspiele von Werder Bremen verfolgen. Küstengold, die regionale Eigenmarke von Bünting, war schon in den vergangenen Jahren Kooperationspartner von Werder Bremen.

04.07.2017

DIE BESTE KÄSETHEKE IN DEUTSCHLAND

famila Markt in Vechta mit Branchenpreis ausgezeichnet[mehr]

Der famila Ma ry ermittelt.
Bei der feierlic Verkaufsfläche
über 5.000 Quadratmeter“. Die Auszeichnung „Käse-Star 2017“
gilt als der Branchenoscar. Dieser wird jährlich von der Fachzeitschrift Lebensmittel Praxis verliehen.

Unter dem Motto „Käse hat Heimat“ hat die Käseabteilung von famila in Vechta mehrere Monate lang Käse mit wechselnden inhaltlichen Schwerpunkten von Italien bis Heumilch präsentiert und über die Vielfalt und Herkunft der geschützten Käsesorten aufgeklärt. Der lange Testzeitraum zeigt, wie wichtig der Jury die Beständigkeit in den Punkten Qualität, Frische, Präsentation und Beratung war, die sie mit Testkäufen prüfen ließ. famila punktete auch mit seiner Kreativität. Der Markt in Vechta hat seinen eigenen Stoppelmarktkäse entwickelt und über das Ausstechen von Käseherzen Kindergartenkinder, angeleitet von Bünting-Ernährungsberaterinnen, an das Thema Käse herangeführt.

„Das ist eine großartige Platzierung und für die Mitarbeiter eine Bestätigung ihres Engagements“, sagt Friedrich Delmenhorst, Geschäftsführer von famila. „Für Bünting ist der erneute Erfolg zugleich eine Bestätigung des neuen Marktkonzepts und der Investition in die Mitarbeiterqualifizierung.“ Erst vor einem Monat war der famila Markt in Wechloy für die beste Obst und Gemüseabteilung Niedersachsens zum Landessieger erklärt worden. famila in Vechta zählt laut LZ direkt 2017 zu den zehn besten Supermärkten deutschlandweit.

Die beiden famila Märkte gehören zur neuen Marktgeneration bei der Bünting Unternehmensgruppe. Ein wesentliches Kennzeichen ist der Wochenmarktcharakter mit der Betonung von Frische, Regionalität, fachkundiger Beratung und einladender Atmosphäre. Zu den Höhepunkten zählen die großzügigen Obst- und Gemüseabteilungen sowie die abwechslungsreichen Bedientheken für Fleisch, Wurst und natürlich Käse.

Bis Ende 2018 werden alle Bünting-Märkte von famila, Combi und Jibi auf die neue Marktgeneration umgestellt.

Bildmaterial:
Famila_Gewinnerfoto_1.jpg (Bildrechte: Lebensmittel Praxis)
BU: Tatjana Weber, Mitarbeiterin Bedientheke Käse (v.l.), Stephan Bollmann, Sortimentsmanager, Sakine Parlak, Mitarbeiterin Bedientheke Käse, Uwe Dahlmann, Marktmanager, und Anke Knust, Fachberaterin Frische

---

29.06.2017

BREITE ZUSTIMMUNG ZUM PERSONALPROGRAMM

Befristung auf drei Jahre. Start im Juni[mehr]

Das Personalprogramm zur Senkung der Personalkosten wird von der überwiegenden Mehrheit der Belegschaft mitgetragen. Über alle Betriebsteile der Unternehmensgruppe Bünting hinweg geht die Zustimmung inzwischen in Richtung 90 Prozent. In über 100 Märkten haben sich die befragten Mitarbeiter geschlossen zu 100 Prozent zum Mitmachen entschieden. Angesichts der breiten Zustimmung hat der Vorstand das Programm zum Juni gestartet und auf drei Jahre befristet.

Im April 2017 n Beitrag zur Zukunftssicherung der Unternehmensgruppe gebeten. Das Personalprogramm besteht aus drei Bausteinen: eine Gehaltsumwandlung von 5 Prozent mit Kaufkraftausgleich, eine garantierte Erhöhung der monatlichen Grundvergütung um 0,5 Prozent pro Jahr über die nächsten drei Jahre und Mehrarbeit von einer Stunde in der Woche bezogen auf eine Vollzeittätigkeit.

Die Auszählung der Rückmeldungen hat eine sehr hohe Zustimmung ergeben. Das Programm ist weiterhin offen für alle, die sich noch dafür entscheiden wollen. Durch den Kaufkraftausgleich entsteht dem weit überwiegenden Teil der teilnehmenden Mitarbeiter netto kein finanzieller Nachteil.

„Die breite Zustimmung ist ein klares Zeichen", sagt der Vorstandsvorsitzende Markus Buntz zur Solidarität der Mitarbeiter. „Damit kann ein wichtiger Baustein im Programm Zukunft Bünting umgesetzt werden."

Um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten, hat die Unternehmensgruppe Bünting mit Zukunft Bünting im Jahr 2016 einen umfassenden Veränderungsprozess angeschoben. Dieses Programm sieht die Konzentration auf den Lebensmittelhandel vor. In einem Teilbereich geht es auch um die Senkung der Personalkosten. Zugleich investiert Bünting umfassend in den Um- und Ausbau seiner Märkte und in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter.

29.06.2017

UNTER DEN TOP 10 DER DEUTSCHEN SUPERMÄRKTE

famila Markt in Vechta erreicht Spitzenplatzierung[mehr]

Der famila Markt in Vechta zählt 2017 zu den zehn besten Supermärkten in Deutschland. Das hat eine Jury der Fachzeitschrift LZ direkt entschieden. Nach ihrem Kriterienkatalog hat der famila Markt in Vechta Vorbildcharakter für andere Supermärkte. Erst im November 2016 hatte der Markt nach Umbau und Renovierung mit komplett neuem Erscheinungsbild wiedereröffnet.

Der famila Markt in Vechta zählt zur neuen Marktgeneration der Bünting Unternehmensgruppe, zu der famila im Nordwesten gehört. Ein wesentliches Kennzeichen ist der Wochenmarktcharakter mit Betonung von Frische, Regionalität und fachkundiger Beratung.

„Die gute Platzierung spricht für das neue Konzept, die Menschen und den Standort", sagt der Marktmanager Uwe Dahlmann. „Die Marktmitarbeiter haben viel Kompetenz vermittelt und eine einladende Atmosphäre bereitet. Es ist immer eine Teamleistung."

Im Rahmen des Programms „Zukunft Bünting" hat sich die Unternehmensgruppe die konsequente Ausrichtung am Kunden auf die Fahne geschrieben. Grundpfeiler sind die Investition in die Märkte und in die Mitarbeiterqualifizierung. Das spiegelt sich im Ladenaufbau, in der Sortimentsgestaltung und in der kontinuierlichen Weiterbildung der Mitarbeiter von der Warenkunde bis zur Beratungskompetenz.

Bis Ende 2018 umgestellt.

:ion

29.06.2017

EINKAUFEN PER SPRACHSTEUERUNG

Online-Supermarkt myTime.de setzt auf Voice Commerce[mehr]

Kunden des Online-Supermarkts myTime.de können ihre Einkaufsliste über die Bestell-App ab sofort auch per Sprachsteuerung zusammenstellen. Mit dem Einstieg in den Voice Commerce macht myTime.de das mobile Einkaufen noch komfortabler und treibt die Digitalisierung vom Bestellwesen bis zur Auslieferung weiter voran.

myTime.de feiert dieses Jahr sein 5-jähriges Jubiläum. Der Online-Supermarkt nimmt das zum Anlass, seinen Kunden das mobile Bestellen von unterwegs weiter zu vereinfachen. Die neueste Version der myTime.de-App ermöglicht ab sofort das Einkaufen per Sprachsteuerung. Die benötigten Artikel können so ganz bequem aufgezählt werden („Eier und Milch und Zucker“) und die App liefert die gewünschte Auswahl. Durch das neue Feature wird die Zeitersparnis beim Einkauf für den Kunden deutlich erhöht und dadurch die Usability weiter optimiert.

„Digitalisierung und Industrie 4.0 sind bei uns im vollen Gange“, sagt Frank Harder, Geschäftsführer von myTime.de. „Vom Ausbau des Bestellkomforts profitieren unsere Kunden unmittelbar.“ Die App gibt es für iOS und Android. In den zurückliegenden fünf Jahren hat sich die Marke erfolgreich im Online-Lebensmittelhandel etabliert. „Die wirtschaftliche Entwicklung und die positiven Rückmeldungen unserer Kunden bestärken uns darin, dass wir uns auf dem richtigen Weg befinden“, sagt Harder. „Mit unseren Innovationen im Bestellwesen und der Vollautomatisierung der Logistikprozesse sichern wir die Wettbewerbsfähigkeit für die Zukunft in der dynamisch wachsenden EFood-Branche.“

29.06.2017

FAMILA MARKT IN WECHLOY GEWINNT FRUCHTPREIS 2017

Niedersachsens beste Obst- und Gemüseabteilung[mehr]

Niedersachsens beste Obst- und Gemüseabteilung findet sich in Oldenburg. Die Branchenzeitschriften „Rundschau für den Lebensmittelhandel“ und „Fruchthandel Magazin“ haben den famila Markt in Wechloy als Landessieger mit dem Fruchtpreis 2017 ausgezeichnet. Mit dem Preis werden Qualität und Leistung in der Präsentation und im Verkauf der Warengruppe prämiert. Die Preisverleihung fand in Baden-Baden statt.

2017 feiert famila sein 50-jähriges Jubiläum. Jetzt kommt ein weiterer Grund zum Feiern hinzu. Die Jury der Fachmedien „Rundschau für den Lebensmittelhandel“ und „Fruchthandel Magazin“ hat den Markt in Wechloy mit dem Fruchtpreis 2017 ausgezeichnet. Der Preis ist eine Würdigung der Sortimentstiefe, Frische, Warenpräsentation, Beratungsleistung, Kreativität und des Verkaufserfolgs. „Die Auszeichnung macht uns stolz“, sagt Hans-Jürgen Kirsch, Leiter Category Management Obst + Gemüse bei Bünting, zu der die famila-

Verbraucherm Aufforderung
an uns alle, de

Im Rahmen seines Programms „Zukunft Bünting“ hat famila sich die konsequente Ausrichtung am Kunden auf die Fahne geschrieben. Das spiegelt sich in der Sortimentsgestaltung und in der kontinuierlichen Weiterbildung der Mitarbeiter von der Warenkunde bis zur Beratungskompetenz.

Foto: 2017_DFP_PV_0057_IMG_0508.jpg
BU: Freude nach der Preisverkündung: Jens-Peter Schlörmann (Marktmanager, v.l.), Michaela Steinbach (Abteilungsleitung Obst und Gemüse), Holger Boeckmann (Frischeleitung), Anke Scheffler (Schnippelküche / Convenience) und Carsten Bädecker (Warenbereichsleiter Food).

Abdruck honorarfrei. Um ein Belegexemplar wird gebeten.

04.04.2017

MEHR WETTBEWERB IM LEBENSMITTELHANDEL: RTG RETAIL TRADE GROUP GEGRÜNDET

Bündelung zentraler Funktionsbereiche mit Dienstleistungszentrale in Hamburg.[mehr]

Hamburg/ Leer, 3. April 2017 - Die Handelsunternehmen Bünting, real,-, Bartels-Langness, NETTO ApS, Klaas & Kock und Georg Jos. Kaes gründen mit Wirkung zum 1. April 2017 das Joint Venture „RTG Retail Trade Group“ mit Sitz in Hamburg. Die Retail Trade Group vereint sechs traditionsreiche Handelsunternehmen, die im Verbund ihre Wettbewerbsfähigkeit weiter stärken.

Die RTG Retail Trade Group wird zahlreiche Funktionsbereiche bündeln. Unter dem Dach des gemeinsamen Joint Ventures werden zum Start neben einem gemeinsamen Einkauf für Food, Nonfood sowie Ultrafrische auch weitere Funktionsbereiche zusammengeführt. Bereits bestehende sowie neue Lieferanten erhalten dadurch Zugang zu mehr Verkaufsflächen, sowohl in den Regionen als auch bundesweit, und erreichen somit eine größere Marktdurchdringung. Die Kunden profitieren von einer größeren Produktauswahl und von mehr Service zu günstigeren Preisen. Gleich zu Beginn wird auch METRO Cash & Carry Deutschland Einkaufsvolumen über die Retail Trade Group bündeln.

Darüber hinaus werden unter dem Dache des gemeinsamen Joint Ventures auch weitere Bereiche zusammengeführt. Auf diesem Wege entstehen hohe Synergieeffekte im Technischen Einkauf, E-Commerce und in Teilbereichen der Verwaltung. Zusätzlich ist eine Kooperation im Bereich der Beschaffungslogistik geplant. Dies ermöglicht die Absicherung geplanter Investitionen und strategischer Weiterentwicklungen zugunsten der jeweiligen Vertriebsformate.

Alle Unternehmen sind an dem Joint Venture mit Sitz in Hamburg zu je einem Sechstel beteiligt. Vertreter der Gesellschafter in der Gesellschafterversammlung sind Bünting Vorstand Markus Buntz, real,- CEO Patrick

Müller-Sarmie[illegible])S Vorstand
Morten Møber[illegible] Rolf Klaas,
Georg Jos. Kaes Vorstand Horst Hermann.

„Die neu entstandene RTG Retail Trade Group bildet eine leistungsstarke und innovative Plattform einzelner unabhängiger Unternehmen. Der neu entstandene Verbund agiert bundesweit flächendeckend über sämtliche Vertriebsformate - stationär und online. Damit wird die Wettbewerbsfähigkeit aller teilnehmenden Partner gestärkt“, erläutert Markus Buntz, Vorstandsvorsitzender Bünting.

„Wir bündeln unsere Kräfte und bleiben dabei unabhängig. Mit den bereits eingeleiteten Kooperationen haben wir in den vergangenen zwei Jahren gute Erfahrungen gemacht. Die neue Plattform RTG Retail Trade Group ist ein konsequenter, weiterer Schritt!“, so Patrick Müller-Sarmiento, CEO real,-.

„Dieser Schritt bedeutet eine konsequente Weiterentwicklung vorangegangener Einkaufskooperationen und bietet den Mitgliedern, aber auch der Industrie tolle Chancen. Die Mitglieder werden zudem durch die gegenseitige Inanspruchnahme von Services in IT, Onlinehandel, Logistik und anderen Back Office-Bereichen profitieren“, ergänzt Frank Braun, Geschäftsführer Bartels Langness.

Die Joint Venture-Partner haben ihr Vorhaben mit dem Bundeskartellamt abgestimmt.

29.03.2017

UMBAU BEI BÜNTING KOMMT VORAN

Personalprogramm und neue Verwaltungsstruktur nehmen Form an[mehr]

Um ihre Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten, hat die Unternehmensgruppe Bünting bereits im Jahr 2016 einen umfassenden Veränderungsprozess mit dem Programm „Zukunft Bünting“ angeschoben. Dieses Programm sieht die Konzentration auf den Lebensmittelhandel vor. In einem Teilbereich geht es auch um die Senkung der Personalkosten und die Verschlankung der Verwaltung. Bünting hat den Betriebsräten der einzelnen Gesellschaften ein entsprechendes Personalprogramm mit Maßnahmen vorgelegt und mit ihnen diskutiert. Die einzelnen Bausteine werden jetzt den Mitarbeitern vorgestellt.

Der Vorstandsvorsitzende Markus Buntz ist zuversichtlich, dass sich die Mitarbeiter solidarisch zeigen und das Personalprogramm mittragen werden. „Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wissen, dass jetzt eine gemeinsame Anstrengung erforderlich ist. Das betrifft auch die Personalkosten. Indem wir die Herausforderungen gemeinsam meistern, sichern wir die Zukunft von Bünting.“ Das Personalprogramm besteht aus drei Bausteinen: eine Gehaltsumwandlung mit Kaufkraftausgleich, eine garantierte Erhöhung der monatlichen Vergütung auf moderatem Niveau über die nächsten drei Jahre und Mehrarbeit von einer Stunde in der 2 Woche.

Parallel zum Personalprogramm werden die administrativen Bereiche von Bünting umstrukturiert. „Ziel ist eine engere Verzahnung der Geschäftseinheiten“, sagt Buntz. Damit verbunden ist eine Reduzierung um 70 Stellen. In Abstimmung mit den Arbeitnehmervertretern wird für die Betroffenen eine sozialverträgliche Lösung

angestrebt. Zu konsequente Ausrichtung a its heute in Konzeptmärkten wie dem famila-Markt in Vechta erlebbar. Gestaltung, Frische, Warenpräsentation und Atmosphäre erinnern an den Wochenmarkt. Einen Schwerpunkt bilden Produkte von regionalen und lokalen Anbietern. Bis Ende 2018 werden alle Märkte von famila, Combi und Jibi komplett auf das neue Konzept umgestellt. Zugleich investiert Bünting mit dem speziell dafür entwickelten Modul „Mitarbeiter-Offensive“ in die umfassende und kontinuierliche Weiterbildung seiner Mitarbeiter in den Märkten unter anderem bei der Warenkunde und der Beratungskompetenz.

01.03.2017

BÜNTING ERZIELT ÜBER 70.000 EURO ERLÖS FÜR UNICEF

Weihnachtskartenverkauf kam wieder gut bei den Kunden an [mehr]

Leer, im Februar 2016 – Der Umsatzerlös des Weihnachtskartenverkaufs geht zu 100 Prozent an das UN-Kinderhilfswerk und kommt der internationalen UNICEF-Arbeit zugute. Gemeinsam mit seinen Partnern vor Ort versorgt UNICEF jedes dritte Kind weltweit mit Impfstoffen, stattet Schulen aus und hilft in Krisen- und Kriegsgebieten.

Die Bünting Unternehmensgruppe unterstützt mit ihren Vertriebslinien Combi und famila bereits zum siebten Mal in Folge UNICEF durch den ehrenamtlichen Verkauf von UNICEF-Grußkarten in allen Verbrauchermärkten. Seit 2015 sind auch in den Märkten der Jibi Handel GmbH & Co. KG die Grußkarten erhältlich. Von Anfang November bis Ende Dezember 2016 wurden die verschiedenen Weihnachtssortimente angeboten. „Der jährliche Verkauf von UNICEF-Weihnachtsgrußkarten gehört bei uns schon zur guten Tradition und wurde auch bei Jibi sehr gut von unseren Kunden angekommen“, erklärt Helen Drieling, Pressesprecherin Bünting Unternehmensgruppe.

Insgesamt beträgt der Umsatzerlös 70.291,86 Euro. Allein in den Märkten der Jibi Handel GmbH & Co. KG kamen 19.223,00 Euro zusammen. „Als UNICEF-Verkaufspartner verzichten wir auf die komplette Handelsmarge und unterstützen so Gesundheits-, Bildungs- und Kinderschutz- sowie aktuelle Nothilfe-Programme“, betont die Sprecherin.

20.02.2017

FAMILA SPENDET 2.500 EURO FÜR FLUGKRAFT

Über Likes bei facebook konnten Fans die Spendensumme steigern [mehr]

Vechta, im Februar 2017 – Binnen weniger Tage waren mehr als 1.000 Likes erreicht. Am Valentinstag nahm Manja Schulz, Assistentin der Geschäftsleitung des Projektes, im famila Markt in Vechta den symbolischen Scheck entgegen. Über eine Spende von 2.500 Euro durfte sich am Valentinstag Manja Schulz, Assistentin der Geschäftsleitung des Projektes „Flugkraft“, freuen. Im gerade erst komplett umgebauten und modernisierten famila Markt in Vechta nahm sie von Marktmanager Hans-Gerd Eilermann den symbolischen Scheck entgegen. Über eine Aktion auf der famila-Facebook-Seite konnten sich Fans und Kunden an der Aktion beteiligen. Eine

Spende von 2.(nen. Bereits
binnen wenige 2.500 Euro
auf. Mit einem Info-Stand im famila Markt in Vechta machte „Flugkraft“ zudem öffentlichkeitswirksam auf das Fotoprojekt gegen Kinderkrebs aufmerksam. „Wir freuen uns, dass wir mit unserer Aktion so eine große Summe erreicht haben und sie für dieses wertvolle und besondere Projekt spenden können“, sagt Marktmanager Hans-Gerd Eilermann.

13.01.2017

BÜNTING FOKUSSIERT SICH AUF KERNGESCHÄFT

Jahresausblick 2017: Neue Strukturen, Investition in neue Marktkonzepte und konsequente Kundenorientierung[mehr]

Leer, 13. Januar 2017 – Die Unternehmensgruppe Bünting dreht das Steuerrad auf Zukunft: Mit Beginn des Jahres 2017 fokussiert sich das Unternehmen wieder auf den Bereich Lebensmittelhandel. Mit der Trennung von der Elektrohandelskette Telepoint und der Schließung von nicht rentablen Märkten hat Bünting bereits wichtige Entscheidungen getroffen. Ein Personalprogramm und die neue Struktur für die administrativen Bereiche folgen.

Die Entwicklung der vergangenen Jahre hat die Unternehmensgruppe Bünting in besonderem Maße herausgefordert. Helen Drieling, Pressesprecherin: „Wir haben wirtschaftliche Einbußen hinnehmen müssen. In einem zunehmend dynamischen Wettbewerbsumfeld, das einhergeht mit anhaltend starkem Konkurrenz- und Preisdruck, müssen wir uns aktiv und gestärkt aufstellen.“

Personal- und Sachkosten stehen auf dem Prüfstand
Alle jetzt anstehenden Maßnahmen zielen auf kosteneffiziente Strukturen und Abläufe und eine konsequente Ausrichtung auf maximalen Kundennutzen. Diese Woche informierte das Unternehmen die Beschäftigten über die Absicht, hierzu Kostenstrukturen zu überprüfen und auch im Bereich der Personalkosten Einsparungen vorzunehmen. Zusätzlich starteten die Gespräche mit den Arbeitnehmervertretern. Zudem schafft das Unternehmen eine neue Organisationsstruktur in der Administration.

Der Grundstein für künftige Erfolge wurde mit dem Programm „Zukunft Bünting“ gelegt. Die Mobilisierung des Kerngeschäftes, die Bündelung von Kompetenzen und effizienten Prozessen sowie die Investition in Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gehören zu dem Maßnahmenpaket, das bereits im vergangenen Jahr angestoßen wurde und in 2017 fortgeführt wird.

Ein Schwerpunkt von „Zukunft Bünting“ liegt in der Mitarbeiter-Offensive mit einer nachhaltigen Ausrichtung am Kunden. Deutlich erkennbar wird dies auch am kontinuierlichen Ausbau der Trainings- sowie Weiterbildungsprogramme in den Bereichen Service und Beratung, aktives Verkaufen und Warenkompetenz.

Gezielt investiert die Unternehmensgruppe Bünting 2017 in neue Konzeptmärkte, z.B. famila in Vechta und in mehrere Combi-Märkte. Die Einführung der Konzepte in alle Märkte mit vielfältigen Innovationen wird mit Ende 2018 abgeschlossen sein. Markus Buntz, Vorstandsvorsitzender der Bünting Unternehmensgruppe: „Wir

agieren kombi den. Dazu
dient die Weite ·Commerce.“

05.01.2017

NEUE ZUKUNFT FÜR TELEPOINT-STANDORTE

Cloppenburg, Vechta, Lemgo und Oldenburg gehen an Expert Bening. [mehr]

Leer, 5. Januar 2017 – Mit Beginn des Jahres 2017 ordnet die Bünting Unternehmensgruppe ihre Aktivitäten im Elektroeinzelhandel neu. Vier Telepoint-Märkte gehen bis Ende Februar 2017 in die Verantwortung der Elektro-Fachmarktkette Expert Bening GmbH & Co. KG über. Es handelt sich um die Standorte Cloppenburg, Vechta, Lemgo und Oldenburg. Helen Drieling, Pressesprecherin der Bünting Unternehmensgruppe: „Die Verträge wurden aktuell unterzeichnet. Wir hatten vertrauensvolle, zukunftsorientierte Gespräche. Das Ziel, den betroffenen Beschäftigten eine Weiterbeschäftigung zu ermöglichen, ist an diesen Standorten vollumfänglich gelungen. Alle behalten ihre Arbeitsplätze.“ In den vier Märkten werden jeweils rund 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt.

Für die Kunden ändert sich mit dem Betriebsübergang nichts. Bereits gekaufte Gutscheine können in den von Expert Bening übernommenen Märkten eingelöst werden. Expert Bening übernimmt zudem alle Serviceleistungen wie Garantie und Reklamation. Sollte es Kunden z.B. aufgrund fehlender Mobilität nicht möglich sein, eine der Expert Bening Filialen aufzusuchen, können sie sich mit ihrem Anliegen direkt an die Telepoint Elektrohandelsgesellschaft wenden. Dort bekommen die Kunden z.B. Geld von Gutscheinen erstattet oder eine Lösung für ihr Anliegen.

Die noch verbleibenden Telepoint-Märkte in Bramsche, Dülmen und Jever schließen bis Ende Februar 2017. Für die jeweils betroffenen 15 Beschäftigten gilt der Sozialplan, auf den sich Geschäftsführung und die Betriebsräte verständigt hatten. Der Sozialplan basiert auf mehreren Elementen, um größtmögliche Chancen einer Anschlussbeschäftigung zu garantieren. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können u.a. in eine Transfergesellschaft wechseln.

Helen Drieling, Pressesprecherin: „Diese Transfergesellschaft kümmert sich intensiv um die Weiterbildung und die Vermittlung in neue Arbeitsverhältnisse. Für jeden Teilnehmer steht ein Weiterbildungsbudget zur Verfügung.“

18.10.2016

MYTIME.DE GEHÖRT ZU „DEUTSCHLANDS BESTEN ONLINE-SHOPS 2016“

In den beiden wichtigsten Kategorien landete der Online-Supermarkt aus Oldenburg auf dem ersten Platz[mehr]

Leer/Oldenburg im Oktober 2016 – Die Auszeichnung „Deutschlands beste Online-Shops“ wird durch n-tv und dem Deutschen Institut für Service-Qualität vergeben. myTime.de nahm diesen Preis kürzlich in Berlin entgegen und landete hierbei in den Kategorien Preis-Leistungs-Verhältnis sowie Angebot auf dem ersten Rang.

Online-Shoppi nternetmärkte
in Deutschlan Beste Online-
Shops 2016“ wurden mehr als 35.000 Kundenmeinungen eingeholt. Die Kunden beurteilten in der Befragung die Vertrauenswürdigkeit der Online-Shops, deren Stärken und Schwächen und ob sie sich letztendlich für eine Bestellung entscheiden würden. Hierbei wurden folgende elementare Leistungsbereiche eines Online-Shops analysiert und von den Verbrauchern bewertet: Preis-Leistungs-Verhältnis, Angebot, Kundenservice, Internetauftritt, Versand und Rücksendung sowie Bestell- und Zahlungsbedingungen. In den beiden wichtigsten Kategorien Preis-Leistungs-Verhältnis und Angebot landete myTime.de auf dem ersten Platz.

Im Zentrum der Untersuchung standen Shops aus 37 Kategorien, die unterschiedliche Produktbereiche abdecken. Die Erhebung der Kundenmeinungen erfolgte von März bis Mai 2016 anhand einer repräsentativ angelegten Verbraucherbefragung über ein Online-Panel.

18.10.2016

MARKENKAMPAGNE DER J. BÜNTING TEEHANDELSHAUS GMBH & COMP. ERHÄLT GERMAN BRAND AWARD 2016

Herausragende Markenführung im Wettbewerb um den German Brand Award 2016 ausgezeichnet[mehr]

In Berlin wurde kürzlich der German Brand Award verliehen. Ausgerichtet wird der Wettbewerb durch das German Brand Institute zusammen mit dem Rat für Formgebung (gegründet 1953 durch den dt. Bundestag).

Mit dem Preis, über dessen Vergabe eine unabhängige Jury aus Markenexperten aus den Disziplinen Industrie, Hochschule, Agentur, Beratung sowie Medien entscheidet, werden wegweisende Marken und Markenmacher geehrt. In diesem Jahr zählt auch die J. Bünting Teehandelshaus GmbH & Comp. zu den Preisträgern.

Die J. Bünting Teehandelshaus GmbH & Comp. erhielt die Auszeichnung in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy, Management and Creation“. Für das älteste private Teehandelshaus Ostfrieslands besteht die Herausforderung darin, eine Markenpersönlichkeit langfristig erfolgreich weiter zu entwickeln, mit der sich sowohl jüngere als auch bestehende Zielgruppen identifizieren können. So werden die gewachsenen Werte der Marke wahrnehmbar gemacht und mit Traditionsbewusstsein sowie moderner Aufgeschlossenheit vereint. Die Kommunikation findet über mehrere Kanäle statt und wird über Design, Imagekampagne, Webauftritt sowie Social-Media-Kanäle realisiert. Ein gelungenes Element der Markenstrategie ist die erfolgreiche Umsetzung der Kampagne „Bist du auch ein Original?“, bei der sich Menschen mit ihren Gesichtern und ihrer Geschichte als Markenbotschafter bewerben konnten (https://microsites.buenting-tee.de/original-kampagne/gewinner/). „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung. Der Award ist für uns eine Bestätigung, dass wir mit unserer Markenstrategie und den darauf aufbauenden Kommunikationsmaßnahmen wesentlich zum Unternehmenserfolg beitragen“, sagt Stefan Punke, Geschäftsführer der J. Bünting Teehandelshaus GmbH & Comp. Am Wettbewerb um den German Brand Award können ausschließlich Unternehmen teilnehmen, die durch das German Brand Institute, seine Markenscouts und Expertengremien für den German Brand Award 2016 nominiert wurden. Das German Brand Institute wurde ins Leben gerufen, um die Bedeutung der Markenführung als entscheidenden Erfolgsfaktor von Unternehmen im nationalen und internationalen Wettbewerbsumfeld zu stärken. Mit dem German Brand Award vergeben das Institut und der Rat für die Formgebung eine einzigartige Auszeichnung für herausragende Markenführung.

31.05.2016

COMBI IST ZURÜCK IN DER NORDSEE PASSAGE

Markt präsentiert sich mit neuem Konzept auf kleinerer Fläche [mehr]

Leer, im Mai 2016 - Eine neue Ladengestaltung, energetische Optimierung, ein neuer Zuschnitt der Verkaufsfläche und ein optimiertes Sortiment sollen den Standort langfristig attraktiv machen.

Gut ein Jahr nachdem die Bünting Unternehmensgruppe offiziell verkündete, mit einem Combi Markt in die Nordsee Passage in Wilhelmshaven zurückzukehren, öffneten sich am Donnerstag, 26. Mai, erstmals wieder die Türen für die Kunden.

Der Markt – nun wieder der vierte Combi Standort in der Stadt – präsentiert sich mit einem völlig neuen Konzept. Die Verkaufsfläche beträgt nach der umfassenden Modernisierung noch rund 1.600 Quadratmeter. „Auf dieser Fläche können wir das auf den Standort Nordsee Passage abgestimmte Sortiment optimal präsentieren“, erklärt Combi Geschäftsführer Uwe Halfwassen. Früher hatte der Markt eine Größe von fast 3.000 Quadratmetern und erreichte damit eher den Charakter eines großen Warenhauses. Mit dem neuen Konzept bietet Combi den Kunden einen modernen Vollsortimenter, der auf die aktuellen Kundenbedürfnisse ideal zugeschnitten ist.

Neben einer kleineren Verkaufsfläche hat sich das gesamte Erscheinungsbild des Marktes verändert und wurde an das neue Corporate Design von Combi angepasst. Warme Farben an den Wänden, emotionale Bildmotive, ein Kundenleitsystem, neue Fliesen und Selbstbedienungstheken für Fleisch, Wurst und Käse sowie ein großzügig gestalteter Kassenbereich sorgen für Wohlfühlatmosphäre. Auch die Leergutrücknahmeautomaten wurden erneuert. In der Obst- und Gemüseabteilung finden die Kunden eine große Auswahl an frisch zubereiteten Convenience-Produkten wie Salat, Wraps und Desserts. Im Vorkassenbereich gibt es Suppen, Eintöpfe und belegte Brötchen to go. „Bei einem Centerstandort wie diesem wollen wir natürlich auch die Bedürfnisse der Kunden, die sich einen Snack in der Mittagspause gönnen wollen, optimal und abwechslungsreich decken“, so Marktleiter Sven Schwitters, der gemeinsam mit seinem Team für einen reibungslosen Ablauf sorgt.

Energetisch wurde der Markt ebenfalls auf den neuesten Stand gebracht. Die Beleuchtung ist komplett in LED-Technik ausgeführt und die Truhen für Molkerei-Produkte und Tiefkühlartikel sind geschlossen. Damit wird eine Energieeinsparung von mehr als 25 Prozent erreicht.

Die gesamte Nordsee Passage wird vom Immobilieninvestor Sunrise Properties und der CR Investment Management durch ein neues Konzept wiederbelebt. „Mit der Wiedereröffnung von Combi wird die Nordsee

Passage weit stiger Lage in Wilhelmshaver CR Investment Management.

15.05.2016

KUNDENFREUNDLICH UND NACHHALTIG AUFGEWERTET

Combi eröffnet in Schwanewede auf 2.000 Quadratmetern[mehr]

Leer, im Mai 2016 – Der Vollsortimenter bietet den Kunden ein Sortiment mit mehr als 20.000 Artikeln. Um das Areal am Markt aufzuwerten, wurde auch das Parkdeck optimiert. Etwas länger als gedacht hat die Umbauphase im neuen Combi Markt in Schwanewede gedauert. Gelohnt hat es sich. Am 2. Mai eröffnete der Vollsortimenter seine Türen für die Kunden. Und die finden auf der rund 2.000 Quadratmeter großen Verkaufsfläche nun ein Sortiment von mehr als 20.000 Artikeln in bester Qualität. Dass der Slogan „Unser Herz schlägt für Frische“ bei Marktleiter Alexander Schmidt und seinem 60-köpfigen Team nicht nur Programm ist, sondern gelebt wird, spüren die Kunden schon beim Betreten des Marktes. In der großzügigen Obst- und Gemüseabteilung reicht das Portfolio von regional bis exotisch. Mit selbst hergestellten Convenience-Produkten wie Salaten, Wraps oder Desserts bietet Combi abwechslungsreiche Alternativen für einen schnellen Snack zwischendurch. Weiteres Aushängeschild des Combi Marktes sind die Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse. Neben absolut frischen Produkten und einem internationalen Spezialitätensortiment können sich die Kunden auf kompetente Beratung durch das fachkundige Personal verlassen. Auch ein Plattenservice für Feierlichkeiten wird angeboten. Bei der Marktgestaltung setzt Combi auf warme Farben, ein übersichtliches Kundenleitsystem und natürlich Barrierefreiheit. Damit entsteht die besondere Combi Wohlfühlatmosphäre. Nicht nur auf der Verkaufsfläche selbst, auch in der Vorkassenzone hat sich einiges getan. Durch die ansässigen Fachmieter entsteht ein optimaler Branchenmix, der das Angebot des Combi Marktes optimal ergänzt und zu einem echten Nahversorgungpunkt macht. Im Zuge der Umbauarbeiten hat Combi auch das Parkdeck in Angriff genommen und kundenfreundlicher gestaltet. Die Zuwegung wurde angepasst und so die Einfahrt erleichtert. Eine Einbahnstraßenregelung entzerrt den Verkehr auf der Fläche und größere Parklücken sorgen für bequemeres Ein- und Aussteigen. Insgesamt wurde das Areal nachhaltig aufgewertet.

27.01.2016

MAGGI UND MYTIME STARTEN EINZIGARTIGES ECOMMERCE TOOL

Lebensmittel- und eCommerce-Anbieter stärken Angebot im Lebensmittel-Onlinehandel [mehr]

Frankfurt am Main, 27. Januar 2016 – Gemeinsam launchen der Lebensmittel-Onlineshop MyTime und der führende Lebensmittelhersteller Maggi im Januar ein neues eCommerce Tool: Der „Rezeptfinder“ schlägt MyTime Nutzern passende Rezepte zu einem online verfügbaren Produkt vor und funktioniert damit genau umgekehrt wie klassische Rezeptportale. Mit diesem bislang einmaligen Angebot kommen Maggi und MyTime gemeinsam den Wünschen einer stetig wachsenden Verbrauchergruppe nach komfortablen Einkaufslösungen nach. Die Kooperationspartner ermöglichen eine neue Userexperience beim Onlineeinkauf von Lebensmitteln

und stärken da

Bünting UNTERNEHMENSGRUPPE

Neue Form des Cross-Sellings mit Mehrwert für Shopper

Mit dem Angebot etablieren der Lebensmittelhersteller und der eCommerce Anbieter gemeinsam eine neue Form des Cross-Sellings. Bei der Entwicklung des Tools wurden Verbraucherdaten genutzt, um einen Mehrwert für den Shopper zu generieren. Basierend auf Rezeptdaten von Maggi und Daten zu Waren aus dem MyTime Online-Shop wurde gemeinsam mit dem Softwarehersteller BSI eine Datenbank aufgebaut. „Der ‚Rezeptfinder' unterstreicht unseren Anspruch, ein Vorreiter bei der Entwicklung digitaler Kochservices zu sein", sagt Patrick Swientek, Head of Digital bei Maggi. „Mit dem neuen Angebot verkaufen wir unsere Produkte über eine Rezeptleistung, die einen Mehrwert für den Shopper darstellt. Gleichzeitig demonstrieren wir im kaufnahen Umfeld, dass man mit unseren Produkten vielfältige leckere Gerichte kochen kann." Die Kooperationspartner erwarten, dass zum Launch etwa 10% der MyTime Nutzer das Angebot in Anspruch nehmen und die Nutzerzahlen mit der geplanten Kommunikationsunterstützung über die Kanäle der Kooperationspartner wachsen werden.

Shopper-Zielgruppe legt Wert auf Einkaufskomfort

„Ausgehend von der Erkenntnis, dass bequemes Einkaufen bei vielen Shoppern im Trend liegt, sprechen wir mit dem ‚Rezeptfinder' eben jene Menschen an, die generell kochinteressiert sind, beim Einkauf allerdings conveniente Lösungen bevorzugen," erklärt Kirstin Pageler, Marketingleitung bei Bünting E-Commerce. So ist die Funktionsweise des „Rezeptfinders" sehr einfach: Der Kunde sucht bei myTime.de nach einem Produkt und bekommt per Mouse-Over- Funktion drei Rezeptvorschläge. Klickt er auf ein Rezept seiner Wahl, erscheint eine Übersichtsseite mit Zubereitungshinweisen, Nährwerten und allen benötigten Zutaten. Letztere können durch einen weiteren Klick direkt in den Warenkorb gelegt werden. Die erforderte Menge wird dabei direkt auf die angegebene Personenzahl angepasst. Je nach persönlichen Präferenzen kann der Kunde die vorgeschlagenen Produkte auch durch Alternativprodukte, z.B. Bio-Artikel oder Produkte einer anderen Marke, ersetzen. Zum Start des Rezeptfinders stehen den Kunden 1.000 Maggi Kochstudio Rezepte zur Verfügung – sowohl klassische, als auch vegetarische Rezepte. Sukzessive werden weitere Rezepte hinzukommen.

+++

Über Maggi

Maggi ist Deutschlands führende Marke für kulinarische Produkte und Dienstleistungen und seit mehr als 125 Jahren Teil der deutschen Kochkultur. Die Produkte von Maggi umfassen Fixe, Würzmittel, Suppen, Saucen, Bouillons und Beilagen sowie Nass- und Trockenfertiggerichte und werden weltweit in mehr als 100 Ländern verkauft. Das Maggi Kochstudio ist seit über 50 Jahren Herzstück der Marke Maggi und in die Entwicklung der Produkte und Rezepte involviert. Tag für Tag beraten die Expertinnen des Maggi Kochstudios Verbraucher individuell bei allen Fragen rund ums Kochen.

Die Maggi Gm ı Main. Diese verzeichnete 2014 einen Umsatz von 3,5 Mrd. Euro und beschäftigt rund 12.500 Mitarbeiter an 20 Standorten. Produktionsstandorte der Maggi GmbH sind Singen, Lüdinghausen, Neuss, Conow und Biessenhofen.

Mehr Informationen unter www.maggi.de und www.facebook.com/MaggiKochstudio

Über myTime.de

Der Online-Supermarkt myTime.de ist seit 2012 im bundesweiten Online-Handel von Lebensmitteln als erster stationärer Lebensmittel-Händler in Deutschland tätig. Das Sortiment umfasst über 34.000 Produkte und beinhaltet neben Frischeprodukten wie Obst und Gemüse, Fleisch-und Wurstwaren, Molkereiprodukten und Tiefkühlkost auch Artikel aus den Bereichen Drogerie, Tiernahrung oder Haushaltsbedarf.

Neben dem umfangreichen Produktangebot sticht myTime.de durch eine starke Nutzerfreundlichkeit hervor. Die Internetseite ist intuitiv bedienbar und bietet eine bequeme Suchfunktion mit einer Vielzahl an Filtermöglichkeiten. Eine mobile App ergänzt den Internetauftritt und bietet die Möglichkeit, Einkäufe komfortabel auf einem Smartphone oder Tablet-Computer zu tätigen. Kunden schätzen darüber hinaus den schnellen Lieferservice innerhalb von 24 Stunden und schneller. Auch Wunsch-Liefertermine – zum Beispiel am Abend – können angegeben werden. Für seinen umfassenden Service und das breite Produktangebot wurde der von der Bünting E-Commerce betriebene Onlineshop bereits mehrfach ausgezeichnet. So zum Beispiel mit dem Siegel „Top Shop 2015“, das von der Zeitschrift Computer Bild und Statista, einem der weltweit größten Statistik- und Analyseportale, verliehen wird.

07.11.2015

BÜNTING ERHÄLT GOLDENEN ZUCKERHUT

Ostfriesisches Handelsunternehmen wird für seine Innovationskraft geehrt [mehr]

Leer, im November 2015 – Bei einer Gala-Veranstaltung am 6. November in Berlin nimmt der Vorstand der Bünting Unternehmensgruppe den Goldenen Zuckerhut entgegen. Die Auszeichnung gilt als die höchste in der Konsumgüterbranche und wird einmal jährlich von der Lebensmittel Zeitung verliehen.

„Als ostfriesisches Familienunternehmen versteht es Bünting in einem knallhart umkämpften Wettbewerb immer wieder mit innovativen Ideen vorne dabei zu sein, sich zu behaupten und Zeichen zu setzen.“ So lautet die Begründung der Jury des Goldenen Zuckerhutes für die Ehrung der Bünting Unternehmensgruppe mit der höchsten Auszeichnung der Konsumgüterwirtschaft.

In der Satzung der Jury heißt es: Mit dem Goldenen Zuckerhut der Lebensmittel Zeitung können einmal jährlich bis zu sieben Firmen und Persönlichkeiten ausgezeichnet werden, die sich in der deutschen oder

europäischen I :hnung gilt
einer unterneh Virkung auf
die Gesamtentwicklung dieses Wirtschaftsbereiches ist.

Einstimmig hat sich die Kommission, die sich unter anderem aus Vertretern verschiedener Unternehmen, der Lebensmittel Zeitung sowie dem Deutschen Fachverlag zusammensetzt entschieden, Bünting den Preis zu verleihen.

In den vergangenen Jahren und Jahrzehnten ist es der Bünting Unternehmensgruppe gelungen, bestehende Kompetenzen durch neue Geschäftsfelder zu ergänzen und sich stets im Sinne einer nachhaltigen Geschäftspolitik im Wettbewerb zu positionieren. 1806 gegründet als Kolonialwarenladen in der Leeraner Altstadt hat sich Bünting heute zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor und Arbeitgeber entwickelt. Mit den Vertriebslinien famila, Combi, Jibi, Markant Nordwest und Telepoint verfügt Bünting über ein dichtes Netz an SB-Warenhäusern, Verbraucher- und Supermärkten sowie Elektronikfachmärkten. Das stationäre Vertriebsgebiet erstreckt sich von der Nordseeküste bis ins Sauerland und von der niederländischen Grenze bis in den Großraum Hannover. Mit dem Lebensmittel- Onlineshops myTime.de ist Bünting auch national erfolgreich unterwegs. Die Bündelung zentraler Kompetenzen wie Einkauf, Logistik und IT unter eigenem Dach machen Bünting unabhängig, flexibel und langfristig wettbewerbsfähig. Trotz seiner inzwischen rund 15.000 Mitarbeiter hat das Familienunternehmen seine ostfriesischen Wurzeln und seine Liebe zum Tee, dem Ursprung des Unternehmens der inzwischen auch über die deutschen Grenzen hinaus geschätzt wird, nicht verloren.

„Die Auszeichnung mit dem Goldenen Zuckerhut ist für uns Ehre und Ansporn zugleich“, betonen die beiden Vorstände Rolf Warnders und Markus Buntz. Gleichwohl sehen sie in der Auszeichnung vor allem einen Verdienst der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die täglich ihr Bestes für Bünting geben und mit ihrem Engagement maßgeblich zum Erfolg der Unternehmensgruppe und ihrer Gesellschaften beitragen. Ebenso sind es die Kunden, die Tag für Tag in den stationären Märkten und den Onlineshops einkaufen und die Partner aus Industrie und Handel, die wesentliche Säulen für die Entwicklung und den Erfolg des Unternehmens bilden.

Ein Grund zum Ausruhen ist der Goldene Zuckerhut für Bünting nicht. „Wir werden auch weiterhin mutig den Wandel gestalten, damit Bünting auch in Zukunft ein Wirtschaftsfaktor und wichtiger Arbeitgeber bleibt“, betont das Vorstandsduo.

23.09.2015

NEUES VORSTANDSDUO BEI BÜNTING

Rolf Warnders und Markus Buntz leiten die Geschicke der Unternehmensgruppe[mehr]

Nortmoor im September 2015 – Der bisherige Vorstandsvorsitzende Manfred Neumann wechselt in den Aufsichtsrat. Dort tritt er als Vorsitzender die Nachfolge von Hellwardt de Boer an.

Die Bünting Unternehmensgruppe hat ein neues Vorstands-Duo. Nachdem der langjährige Vorstandvorsitzende Manfred Neumann sich nach 16 Jahren an der Spitze des ostfriesischen

Handelsunterr
gleichberechti

Während Rolf Warnders, der bereits seit dem Jahr 2003 dem Vorstand angehört, unter anderem die Bereiche Verwaltung, Finanzen, IT und Öffentlichkeitsarbeit verantwortet, tritt Markus Buntz als Handelsvorstand in das Führungsduo ein. Er ist neben den Vertriebslinien auch für die Bereiche Einkauf und Marketing verantwortlich. Vor seinem Wechsel zur Bünting Unternehmensgruppe war der 44-Jährige unter anderem als Geschäftsführer bei Globus tätig.

Manfred Neumann verlässt zwar das operative Geschäft, bleibt der Unternehmensgruppe aber weiterhin verbunden. Die Gesellschafter wählten ihn zum Vorsitzenden des Aufsichtsrates. Damit tritt Manfred Neumann in diesem Gremium die Nachfolge von Hellwardt de Boer an, der sich nach 26 Jahren Aufsichtsratstätigkeit nicht zur Wiederwahl stellte.

15.09.2015

MYTIME.DE.DE KOOPERIERT MIT CHEFKOCH.DE

Lebensmittel-Onlineshop mehrfach ausgezeichnet [mehr]

Oldenburg, im September 2015 – Seit April 2012 liefert myTime.de bundesweit über das Internet bestellte Lebensmittel aus. Der Online-Supermarkt bietet mit über 34.500 Produkten das größte Angebot im Netz sowie einen deutschlandweiten Lieferservice. Das Sortiment umfasst Frischeprodukte und Tiefkühlkost, aber auch Artikel aus den Bereichen Drogerie, Tiernahrung und Haushaltsbedarf. Ab sofort gehören auch die Rezeptzutaten von Europas größter Food-Community Chefkoch.de dazu.

In Kooperation mit dem Lebensmittel-Onlineshop myTime.de können Chefkoch.de-Nutzer nach Auswahl des Rezeptes den dazugehörigen Einkauf bequem von zu Hause erledigen. Mit nur einem Klick befinden sich alle benötigten Zutaten in einem Warenkorb und werden nach Absenden der Bestellung innerhalb von 24 Stunden nach Hause geliefert. Dieses neue Angebot von myTime.de und Chefkoch.de ist bisher einzigartig für ein Rezeptportal in Deutschland.

„Der Online-Handel mit Lebensmitteln entwickelt sich dynamisch“, so Joosten Brüggemann, Geschäftsführer der Bünting E-Commerce, die den Lebensmittel-Onlineshop betreibt. "Mit Chefkoch.de bekommen wir einen Partner an die Seite, mit dem wir uns im Wettbewerb noch stärker hervorheben und ideal positionieren können. Wir erreichen eine große Anzahl kochbegeisterter Online-User, die wir direkt mit allen Rezeptzutaten versorgen können. Wir unterstützen unsere Nutzer dabei, füreinander zu kochen und gemeinsam zu essen. Dies gelingt vor allem durch die Verfügbarkeit eines großen Sortiments, das über das Angebot stationärer Supermärkte weit hinausgeht.“

Um eine hohe Qualität und einen zuverlässigen Service zu bieten, startet die Kooperationspartner den Zutaten-Einkauf mit 200 Rezepten. Das Angebot wird kontinuierlich ausgebaut. Damit bietet sich Chefkoch.de-Nutzern ab sofort, neben der größten Auswahl von Rezepten und der aktivsten Food-Community Deutschlands, ein weiterer Mehrwert der Website.

Kooperationsp r + Jahr
Verlags. Mit mehr als 2,3 Millionen angemeldeten Hobbyköchen ist Chefkoch.de die größte Food-Community Europas und zählt zu den meistbesuchten Websites Deutschlands. Über 250.000 Rezepte bieten zudem rund um die Uhr passende Ideen für Einsteiger und Fortgeschrittene - vom Snack für zwischendurch bis hin zum Menü mit Freunden.

Technischer Dienstleister dieses innovativen Services ist Cookbutler, ein Angebot der Smarter Food Concepts GmbH.

26.06.2015

KOMBINATION AUS EINKAUFEN UND GASTRONOMIE

Combi eröffnet Markt an der Natruper Straße in Osnabrück [mehr]

Osnabrück im Juni 2015 – Auf einer Verkaufsfläche von 1.900 Quadratmetern bietet Combi Frische, Qualität und Service. Die Kombination aus Verbrauchermarkt und Gastronomie bedient moderne Kundenansprüche.

Früher wurden auf dem Gelände Bahnen geschwommen, seit Donnerstag, 25. Juni, werden auf dem Areal des ehemaligen Niedersachsenbades Lebensmittel verkauft. Mit dem Markt an der Natruper Straße 24 eröffnet die Verbrauchermarktkette Combi bereits ihren zweiten Standort in Osnabrück. „Wir sehen in Osnabrück genügend Potenzial und Kaufkraft für zwei Combi Märkte“, betont Combi Geschäftsführer Stefan Tenk.

Schon architektonisch ist das Gebäude etwas Besonderes. Errichtet in aufgeständerter Form, um ebenerdige Parkplätze zu schaffen und mit einer Fassade, die mit einer Kombination aus Glas, dunklem Klinkerwerk und farbig verputzten Flächen besticht, fügt sich der Markt ideal ins Straßenbild ein. Generalunternehmer für das Projekt in Osnabrück war die Firma List Bau aus Nordhorn. „Es ist nach unserem Standort in Hamm, Marker Allee, bereits der zweite Markt, den List Bau für uns umgesetzt hat“, erklärt Stefan Tenk. „Und wir finden, dass wir auch dieses Mal ein Ergebnis haben, das sich sehen lassen kann.

Innen setzt sich die moderne Gestaltung fort. Warme Pastelltöne dominieren im Verkaufsraum, kombiniert mit emotionalen und aussagekräftigen Bildmotiven entsteht eine echte Wohlfühlatmosphäre.

Bei Licht und Kühlung setzt Combi an der Natruper Straße auf Energieeffizienz und Ressourcenschonung. Die Beleuchtung ist in LED-Technik ausgeführt. Zusätzlich sorgen Lichtkuppeln und die großen Glasflächen in der Fassade für Helligkeit im Markt. Die Möbel im Bereich Frische und Tiefkühlung sind geschlossen. Das sorgt nicht nur für eine angenehme Einkaufstemperatur in diesem Bereich, vor allem bleibt die Kälte, wo sie hingehört. „Wir sparen damit bis zu 25 Prozent Energie.“

Das Konzept des Marktes stellt Frische in den Fokus. Das Sortiment bietet mit mehr als 20.000 Artikeln dabei weit mehr als die Produkte des täglichen Bedarfs. „Wir haben das Angebot speziell für diesen Standort konzipiert“, erklärt Marktleiterin Simone Völker. „Wir bieten eine Auswahl, die den Bedürfnissen von Studenten und Familien ebenso gerecht wird, wie denen anspruchsvoller Kunden, die das Besondere suchen.“ Zu den

Aushängeschil ruper Straße
nicht anders. M eren Markt.
Frischer Aufschnitt für das tägliche Brot oder ausgefallene Feinkost für besondere Anlässe, ein ausgewähltes Programm an Schinken und mediterranen Spezialitäten und iberisches Schweinefleisch sind nur einige Höhepunkte. Die Käsetheke wartet mit einer absoluten Neuheit auf, die die Herzen aller Käsefeinschmecker erfreuen wird: Deutschlands erste Frischetheke mit geschützten Käsesorten aus aller Welt. Neben den Bereichen Fleisch, Wurst und Käse finden die Kunden eine große Auswahl Antipasti und eine Frisch-Fischtheke.

Von Artischocken bis Zucchini von regional bis exotisch reicht die Auswahl in der Obst und Gemüseabteilung. Die Kunden finden hier nicht nur knackiges und gesundes Obst und Gemüse für die Zubereitung zu Hause, sondern auch zahlreiche frisch herstellte Convenience-Produkte wie portioniertes Obst, Salate, Wraps, schokolierte Früchte und eine Dessertauswahl in bester Combi-Qualität. „Wir bedienen damit moderne Kundenansprüche, an eine hochwertige gesunde Ernährung, die bequem und schnell verzehrfertig ist."

Zum Konzept des neuen Combi Marktes an der Natruper Straße gehört auch die Kombination von Einkaufserlebnis und Gastronomie. Dazu wurde auf die klassische Vorkassenzone verzichtet. Diese weicht einem großzügig angelegten Gastronomiebereich, in dem die Kunden das Angebot der von Combi selbst betriebenen Warm-Cooking-Station genießen können. Hier stehen nicht nur wechselnde Mittagsmenüs zur Auswahl, Kunden haben auch die Möglichkeit, sich Fisch oder Fleisch frisch abwiegen und mit Beilagen und Saucen zubereiten zu lassen. Eine große Auswahl frischer Salate zum selbst zusammenstellen bietet die Salatbar. Der modern gestaltete Sitzbereich lädt zum Verweilen ein. An diesen schließt sich auch der Backshop der Bäckerei Brinkhege an. Das Traditionsunternehmen bietet im Combi Markt an der Natruper Straße Backkunst für Genießer. Neben einem umfangreichen Brot- und Brötchensortiment verwöhnen die Mitarbeiter die Kunden mit einem großen Kuchen- und Tortenangebot. Auch vielfältige Frühstücksarrangements und Snacks stehen zur Auswahl.

„Unser Herz schlägt für Frische", darin sind sich alle der rund 70 Mitarbeiter im Combi Markt an der Natruper Straße einig. Simone Völker und ihr Team wollen die Menschen in Osnabrück mit ihrem Konzept, Qualität und Service überzeugen.

26.06.2015

BÜNTING TEEHANDELSHAUS SETZT MIT „MATCHA TO GO" DEN INNOVATIONSKURS FORT

Markteinführung des Trend-Produktes Im Juli[mehr]

Leer, im Juni 2015 – Neben „Matcha Grüner Tee pur" wird „Matcha Mix for Latte" in die Regale des Lebensmittelhandels kommen. Das Vermarktungskonzept ist dabei ebenso innovativ wie das Produkt selbst.

Das erklärte Ziel von Bünting Tee für 2015 lautet: Wachstum durch Innovation. Ein Kurs, der Erfolg verspricht. Anfang des Jahres brachte das ostfriesische Traditions-Teehandelshaus mit der neuen Range „Blütentraum" die erste Neuheit auf den Teemarkt. „Die Blütentees haben sich zur erfolgreichsten Neueinführung der vergangenen Jahre entwickelt", so Stefan Punke, Geschäftsführer der J. Bünting Teehandelshaus GmbH und

Comp.

Bünting
UNTERNEHMENSGRUPPE

Um seine Wachstumsziele zu erreichen setzt Bünting Tee auf die Besetzung von Trends. Bereits im Juli kommt der nächste Coup der Ostfriesen in den Handel: „Matcha to go“. Mit „Matcha Grüner Tee pur“ und „Matcha Mix for Latte“ bereichert Bünting Tee die Regale des Lebensmitteleinzelhandels. Das besonders nährstoff- und vitaminreiche Matcha-Pulver ist in Aromaversiegelten Portions-Sticks erhältlich, mit denen der Tee auch „to go“ genossen werden kann. Die Entscheidung, den Trend-Tee in der portionsfertigen Variante anzubieten, fiel bewusst.

„Nachdem Kaffee bereits seit Jahren to go getrunken wird, setzt sich diese Darreichungsform auch für Tee immer mehr durch. Wir erfüllen mit unserem Konzept die Kundenerwartungen an ein gesundes und leckeres Getränk, das auch außer Haus konsumiert werden kann“ erklärt Stefan Punke. Wie es für Ostfriesen üblich ist – nicht nur beim Schwarztee – liefert Bünting auch den Matcha in „anständigen“ Portionen. Mit 6 Sticks á 2 Gramm bietet Bünting Tee 12 Gramm puren Matcha-Genuss. Die 2-Gramm-Portion bietet auch bei etwas größerer Wassermenge noch den vollen Matcha-Genuss. Auch bei der Mix-Variante will Stefan Punke ein „ehrliches“ Produkt machen. Der „Matcha Mix for Latte“ enthält immerhin 14 Prozent Matcha-Pulver.

Wie alle Produkte aus dem Hause Bünting Tee, musste auch der Matcha den hohen Anforderungen der hauseigenen Teetestern genügen und garantiert damit eine hervorragende Qualität. Nicht nur beim Produkt selbst, auch beim Vermarktungskonzept geht Bünting innovative Wege. Beide Produkte – „Matcha Grüner Tee pur“ und „Matcha Mix for Latte“ – sind in einer Runddose verpackt, die beim Öffnen ein „Plopp-Geräusch“ erzeugt. Passender Claim der Kampagne „Erst Plopp. Dann Ahh. Dann Wow.“ Die kleine „Geschichte“ unter dem Deckel regt den Spieltrieb an und weckt die Freude am Produkt, so die Idee, der Entwickler.

Für die Kommunikation setzt Bünting Tee auf PR und Social Media. Eine eigens programmierte Mircosite (www.entdeckematcha.de) erklärt nicht nur das Produkt, sondern zeigt auch dessen Vielseitigkeit. Am Point of Sale stehen Displays in aufmerksamkeitsstarken Farben. Informative Leporellos machen die Welt des Matcha erlebbar. Darüber hinaus hat Bünting Tee mit der BlenderBottle Europe GmbH (www.blenderbottle.eu) einen starken

Kooperationspartner für verschiedene Aktionen gewinnen können. Die Blender Bottle ist keine gewöhnliche Flasche. Der integrierte und patentierte „Blender Ball“-Schneebesen schafft eine glatte und luftige Konsistenz – wie bei der traditionellen Zubereitung – auf eine ganz moderne Weise – zu Hause, bei der Arbeit, beim Sport und unterwegs.

Ob sich der „Matcha to go“ nach seiner Markteinführung mit dem gleichen rasanten Wachstum entwickelt wie die Blütentees, bleibt abzuwarten. Eines steht allerdings bereits fest: Auch dieses Produkt wird nicht die letzte Neueinführung von Bünting Tee in diesem Jahr sein. Die Teetester arbeiten bereits mit Hochdruck an einem Konzept mit dem Arbeitstitel „Süßer Genuss“. Das Ergebnis soll im Herbst auf dem Markt kommen.

08.06.2015

MYTIME.DE PFLANZT 7.500 BÄUME

Die Aktion lief

Oldenburg im Juni 2015 – Während der Nachhaltigkeitswoche vom 29. Mai bis zum 5. Juni wurde auf myTime.de zudem auf viele zusätzliche Verbraucherinformationen und Filterfunktionen für einen umweltschonenden Einkauf hingewiesen.

Umweltschonend Einkaufen im Internet? Das geht: bei myTime.de. Der Lebensmittel-Onlineshop der Bünting Unternehmensgruppe bietet in seinem Sortiment von mehr als 34.000 Artikeln auch viele Produkte, mit denen die Kunden beim wöchentlichen Einkauf ein kleines Stück zum Klimaschutz beitragen können.
Veggie Produkte, zertifizierte Schokolade, biologische Reiniger oder Deo in der Compressed-Packung: Das sind nur einige Produkte, mit denen man bei myTime.de Klick für Klick die Umwelt schonen kann. Verschiedene Siegel, wie MSC, UTZ oder Fair Trade weisen den Kunden bei mytime.de auf entsprechende Produkte hin. Die Siegel dienen gleichzeitig als Filter, so dass es ein Leichtes ist, sich ein Sortiment zum Beispiel nur mit Fair Trade oder nur Bio Produkten anzeigen zu lassen. Wer mehr erfahren will, findet auf myTime.de auch die entsprechende Erklärung.

Wenn es um Nachhaltigkeit geht, ist immer noch Aufklärung gefragt, darum startete myTime.de in der Zeit vom 29. Mai bis zum 5. Juni eine Nachhaltigkeitswoche. Während dieses Zeitraums wurden nicht nur zusätzliche Verbraucheraufklärung auf den Seiten des Online-Shops betrieben und umweltschonende Produkte bei den Angeboten in den Fokus gerückt, für jede Bestellung, die in der Nachhaltigkeitswoche einging, wird in Zusammenarbeit mit der Initiative „Plant-for-the-Planet“ ein Baum gepflanzt.

„Die Aktion war ein voller Erfolg. Wir haben viel positive Resonanz von unseren Kunden bekommen“, freut sich Joosten Brüggemann, Geschäftsführer der Bünting E-Commerce. Insgesamt 7.500 Bäume wird „Plant-for-the-Planet“ Dank der Aktion von myTime.de in den kommenden Monaten auf der ganzen Welt pflanzen und kommt damit ihrem Ziel, bis 2020 1.000 Milliarden Bäume zu pflanzen wieder ein Stück näher.

08.06.2015

MYTIME.DE ERNEUT UNTER DEN TOP-SHOPS IN DEUTSCHLAND

Lebensmittel-Onlineshop der Bünting Unternehmensgruppe von Computer Bild und Statista ausgezeichnet[mehr]

Leer im Juni 2015 – Mehr als 8.500 deutsche Onlineshops wurden getestet. Qualitätskriterien in mehreren Bereichen wurden zu Grunde gelegt. Nur die 750 besten erhielten das Siegel Top Shop 2015.

Top Shop 2015, mit diesem Siegel, das von der Zeitschrift Computerbild und Statista verliehen wird, wurde myTime.de jetzt zum zweiten Mal in Folge ausgezeichnet. Der Lebensmittel-Onlineshop der Bünting Unternehmensgruppe gehört erneut zu den 750 besten Onlineshops in Deutschland, so das Ergebnis eines Testes von Computerbild und Statista, einem der größten Statistik- und Analyseportale weltweit.

Mehr als 8.500 deutsche Onlineshops haben die Experten unter die Lupe genommen. Nur die 750 besten bekamen am Ende eines dreistufigen Testes das Siegel Top Shop 2015. Qualitätskriterien in den Bereichen Aufbau und Usability, Vertrauen und Sicherheit, aber auch das Einkaufserlebnis wurden überprüft und

bewertet. „Wir
den richtigen \
Unternehmensgruppe.

t myTime.de

Gerade erst feierte myTime.de sein dreijähriges Bestehen. Der Shop bietet seinen Kunden neben 34.000 Artikeln im Sortiment zahlreiche Zusatzfunktionen wie Such- und Filtermöglichkeiten, Ernährungstipps, Rezepte sowie einen umfassenden Kundenservice, flexible Lieferzeiten auch am Abend und ein ressourcenschonendes Pfand- und Rücknahmesystem für die Verpackungsmaterialien.

06.05.2015

DIFFERENZIERTE MEHRWERTE UND TECHNIK ZUM ERLEBEN

Telepoint in Lemgo eröffnete am 5. Mai[mehr]

Leer/Lemgo, im Mai 2015 – Der Elektronikfachmarkt an der Bismarckstraße verfügt über eine Verkaufsfläche von 2.500 Quadratmeter und bietet ein Sortiment mit rund 30.000 Artikeln. Für die Kunden gibt es nicht nur attraktive Preise, sondern vor allem vollumfänglichen Service vom Fachpersonal.

Der Handel mit Elektronik unterscheidet sich sehr stark vom Handel mit Lebensmitteln: Sehr kurze Produktzyklen – insbesondere im Bereich Consumer Electronic – beratungsintensive Sortimente und fast tägliche Preisveränderungen bestimmen das Geschäft. Und die Konkurrenz aus dem Netz ist dabei immer nur einen Klick entfernt. Wer eine Preissuchmaschine benutzt, bekommt in Sekunden hunderte Angebote, Vergleiche und fast garantiert den billigsten Preis. Darum ist für Telepoint-Geschäftsführer Frank Harder eines klar: „Wir können als stationärer Händler nicht nur die Preise in den Mittelpunkt stellen. Diesen Kampf werden wir über kurz oder lang gegen die Großen der Branche und das Internet verlieren“, weiß Frank Harder, Geschäftsführer der Telepoint Elektrohandelsgesellschaft GmbH & Co. KG.

Die Strategie für Telepoint lautet daher: differenzierte Mehrwerte, klare Kaufanreize und ein an den Kundenbedürfnissen orientiertes Gesamtkonzept. Kurzum: „Wir müssen die Vorteile stärker in den Fokus rücken, die reine Internetshops nicht bieten können. Die Fachkompetenz soll noch stärker in das Bewusstsein der Kunden rücken. Wir wollen den Kunden nicht nur Ware verkaufen, wir wollen ihnen individuelle Komplettlösungen bieten.“

Erlebnisorientierung und Inspiration sind die zentralen Treiber für den Einkauf im stationären Handel. „Wir wollen ein emotionales Kauferlebnis bieten, indem wir Aha-Effekte schaffen und mit Themenwelten und Stimmungen arbeiten.“ Das gilt auch für den neuen Telepoint Markt in Lemgo, der am 5. Mai erstmals seine Türen für die Kunden öffnete.

Der Markt zeichnet sich durch sein hochwertiges Design aus, das den Qualitätsanspruch des Unternehmens unterstreicht. Auf 2.500 Quadratmetern finden die Kunden in Lemgo ein Sortiment von 30.000 Artikeln. Telepoint bietet die gesamte Bandbreite der Consumer Elektronik mit TV, Computer, Telekommunikation und Soundsystemen sowie der Haustechnik von Kaffeevollautomat bis Kühlschrank und Waschmaschine. Darüber hinaus bietet der Fachmarkt eine große Auswahl im Bereich der Haussicherheitstechnik: Vom Rauchmelder bis

hin zur Alarma

Der neue Markt in Lemgo wartet zudem mit einigen Besonderheiten auf: In Zusammenarbeit mit der Firma iGo3D gibt es verschiedene Angebote im Bereich des 3-D-Drucks. iGo3D bietet in Lemgo eine Shop-in-Shop-Lösung bei Telepoint, in der die Kunden unter anderem den Full-Body-Scan „Shrinkster“ nutzen können. Dank einer Kooperation mit dem Re-Commerce-Anbieter „Flip4New“ können Kunden bei Telepoint ihre alten Elektronikgeräte in Zahlung geben und haben so die Möglichkeit, günstig an die neueste Technik zu gelangen.

In Lemgo arbeitet Telepoint auch mit der Firma Hattendorf zusammen, die Wohnwände herstellt, die sich durch ein spezielles System ganz individuell zusammenstellen lassen. Wer bei Telepoint seinen Fernseher kauft, kann sich gleich das passende Möbelstück dafür zusammenstellen lassen.

Massenabfertigung von der Stange gibt es bei Telepoint ebenfalls nicht, sondern kompetente und individuelle Beratung sowie ein vollumfängliches Service-Paket. Insgesamt 20 Mitarbeiter sind im Markt in Lemgo beschäftigt. Die Fachleute von Telepoint liefern die Geräte zum Beispiel mit eigenen Fahrzeugen aus und stellen sie beim Kunden auf oder bauen sie ein – fachgerechter Anschluss und Installation sind selbstverständlich inbegriffen. Altgeräte werden auf Wunsch mitgenommen und fachgerecht entsorgt. Darüber hinaus bietet das Telepoint-Service-Team vor-Ort-Hilfe und -Beratung sowie die Installation von Heimnetzwerken an.

„Der Kunde soll bei uns nicht nur Produkte kaufen, sondern das gute Gefühl mit nach Hause nehmen, dass wir für ihn die optimale Lösung gefunden haben.“

31.03.2015

COMBI KOMMT NACH ASCHEBERG

Bünting plant einen Markt an der Lüdinghauser Straße [mehr]

Leer im März 2015 – Das Gebäude soll im Bereich des Feuerwehr Geländes entstehen. Der Rat sprach sich mit großer Mehrheit für das Konzept des ostfriesischen Handelsunternehmens aus.

Dort, wo derzeit die Feuerwehr Ascheberg ihr Gerätehaus hat, soll in den kommenden Jahren ein moderner Combi Markt entstehen. Die Bünting Unternehmensgruppe möchte das Grundstück von der Gemeinde erwerben, um dort einen Supermarkt zu errichten. „Der Standort in Ascheberg bietet für uns eine optimale Ergänzung des Vertriebsgebietes“, erklärt Jan Begenat von der Bünting Expansion. Die Vertriebsgesellschaft Combi betreibt mehr als 100 Märkte im Nordwesten Deutschlands – unter anderem in Dülmen und Hamm.

„Wir freuen uns, dass unser Konzept am Donnerstag den Rat überzeugt hat und hoffen, dass jetzt auch der Bebauungsplan entsprechend aufgestellt wird.“

Den zeitlichen Takt gibt zunächst die Verwaltung vor, denn die Feuerwehr muss in diesem Zuge einen neuen Standort bekommen. Erst danach kann die Bünting Unternehmensgruppe mit der Umsetzung beginnen.

Auf dem rund ntstehen, der sich städtebau ergieeffizienz, Kundenfreundlichkeit und Nachhaltigkeit im Fokus. Die Verkaufsfläche des Marktes wird rund 1.750 Quadratmeter betragen. Hinzu kommt eine großzügige Vorkassenzone, in der ein Backshop mit Cafébereich und ein Blumenshop als Mieter einziehen sollen. Auf dem ansprechend gestalteten Außengelände entstehen rund 90 Parkplätze.

Das Sortiment des Combi Marktes hat seinen Schwerpunkt im Bereich Frische. Neben der Obst- und Gemüseabteilung gehören die Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse zu den Aushängeschildern bei Combi. Insgesamt umfasst das Sortiment mehr als 27.000 Artikel. Darunter finden sich nicht nur zahlreiche Markenprodukte, sondern auch verschiedene Eigenmarken sowie Artikel regionaler Lieferanten. Insgesamt rund 50 neue Arbeitsplätze werden durch den Combi Markt in Ascheberg geschaffen.

Nicht nur beim Vertriebskonzept – also beim Sortiment und der Wahl der Konzessionäre – sondern auch bei der Projektentwicklung setzt Bünting auf standortspezifische Anpassung. „Wir beziehen, wann immer möglich, regionale Partner zum Beispiel aus den Bereichen Planung und Bau mit ein."

26.03.2015

COMBI ERWEITERUNG IN ESENS ABGESCHLOSSEN

500 Quadratmeter zusätzliche Fläche / Neue Arbeitsplätze[mehr]

Leer, im März 2015 – Am Donnerstag, 26. März, um 8 Uhr öffneten sich erstmals die Türen des „neuen" Marktes für die Kunden. Nach zehn monatiger Umbauphase bietet sich ein völlig neues Bild.

Ein Supermarkt, in dem die Kunden alles für den täglichen Bedarf unter einem Dach einkaufen können, das war 1971 die Idee von Berthold Lammers, Helmut Bruns, Hermann Poppinga und Hinrich Post. Die vier A&O Händler sind sozusagen die Schöpfer von Combi. Heute gibt es mehr als 100 Märkte, an denen das Combi Logo hängt. Der allererste allerdings stand in Esens am Markt. Mit einer Größe von 1.000 Quadratmetern und einer Auswahl von 10.000 Artikeln bot Combi den Kunden damals ein völlig neues Einkaufserlebnis.

Dem Standort in Esens ist Combi – wenn auch an anderer Stelle – bis heute treu geblieben. Und rund 44 Jahre nach der ersten Eröffnung bietet Combi in Esens den Kunden nun wieder eine ganz neue Einkaufsatmosphäre. Insgesamt zehn Monate haben die Umbau- und Erweiterungsmaßnahmen an der Auricher Straße gedauert. Mit einer Gesamtfläche von rund 2.300 Quadratmetern – inklusive der Vorkassenzone – und einem Sortiment mit rund 25.000 Artikeln, ist der Markt gerade um 500 Quadratmeter gewachsen und übertrifft die Größe des „Gründungs-Combi" um mehr als das Doppelte. Im Zuge der Erweiterung wurde auch das Personal aufgestockt. Insgesamt 55 Mitarbeiter sind nun im Markt beschäftigt.

Der Umbau erfolgte in mehreren Abschnitten parallel zum Verkaufsbetrieb, der Dank eines Zeltes während der gesamten Zeit aufrechterhalten werden konnte. Im Oktober 2014 gab es die erste Teileröffnung. Seitdem bekamen die Kunden bereits einen Eindruck vom neuen Combi-Konzept.

Eine großzügig Sortiment, Warenvielfalt, er Maßstab. Pastelltöne kombiniert mit einer angenehmen Beleuchtung, aussagekräftige Bildmotive und klare Hinweisschilder leiten die Kunden durch den Markt und sorgen für ein besonderes Raumgefühl. Bei der neuen Konzeption der Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse dominieren warme Farben statt kühler Kacheln und in der Abteilung für Wein und Spirituosen wird mit Bodenbelag und Regalen in Holzoptik eine hochwertige und ansprechende Verkaufsumgebung geschaffen. Ganz frisch und mit dem Charakter eines Marktplatzes präsentiert sich die Obst- und Gemüseabteilung. Ebenfalls neu ist die hochmoderne Backstation im Markt, an der die Kunden eine große Auswahl an Brot und Backwaren finden.

Die neue Kassenzone punktet mit Komfort. Die Anordnung der Kassen bietet mehr Raum, um den Wagen auszuräumen und schafft mit spezieller Beleuchtung, schallabsorbierender Deckengestaltung und neuem Kassenton eine ruhige Atmosphäre. Auch der Service wird bei Combi in Esens weiterhin großgeschrieben. Breite und übersichtliche Gänge, spezielle Einkaufswagen sowie Parkplätze direkt vor dem Eingang sorgen für einen barrierefreien Einkauf und berücksichtigen damit auch die Bedürfnisse von Senioren und Menschen mit Handicap.

Bei der Modernisierung des Marktes stand auch das Thema Energieeffizienz im Fokus. So ist die Beleuchtung in LED-Technik ausgeführt und die Möbel im Bereich der Frische- und Tiefkühlabteilung sind jetzt geschlossen. Das sorgt für Energieeinsparungen von rund 25 Prozent.

01.01.2015

COMBI GEHÖRT ERNEUT ZU DEN BESTEN ARBEITGEBERN IN DEUTSCHLAND

Unternehmen schnitt in einer Umfrage vom Focus sehr gut ab[mehr]

Leer, im Januar 2015 – Mehr als 800 Unternehmen aus 22 Branchen stehen im aktuellen Ranking der Zeitschrift. Bewertungen der Firmen waren über die Online-Plattformen Xing und kununu möglich. Im Focus Spezial „Beste Arbeitsgeber“ sind alle Ergebnisse aufgeführt.

Die Combi Verbrauchermarkt Einkaufsstätte GmbH & Co. KG gehört erneut zu Deutschlands besten Arbeitgebern. Das ist das Ergebnis eines aktuellen Rankings der Zeitschrift Focus. Bewertet wurden insgesamt mehr als 800 Unternehmen aus 22 Branchen. Im gerade erschienenen Sonderheft Focus Spezial „Beste Arbeitgeber“ rangiert das Leeraner Handelsunternehmen – eine von acht Vertriebsgesellschaften der Bünting Unternehmensgruppe – auf Platz 99. In der Branche Einzelhandel (ohne Bekleidung) und Handwerk/einzelhandelsnahe Dienstleistungen liegt Combi auf Platz 6. „Wir freuen uns sehr, dass wir nun zum zweiten Mal in Folge ausgezeichnet wurden“, sagt Geschäftsführer Uwe Halfwassen und stellt gleichzeitig klar: „Unsere Mitarbeiter haben maßgeblichen Anteil an diesem Erfolg.“

Im Jahr 1971 begann die Erfolgsgeschichte von Combi mit dem ersten Geschäft in Esens. Heute betreibt Combi mehr als 80 moderne Märkte. Als Tochtergesellschaft des Handelskonzerns Bünting kann Combi die Flexibilität und alle Vorzüge dieses gut aufgestellten mittelständischen Unternehmens nutzen.

Das beginnt be Beruf: angefangen vo achwirt und vielen weiteren. „Guten Nachwuchs für den Handel zu finden, ist heute keine leichte Aufgabe“, weiß Uwe Halfwassen. Dennoch setzt Combi auf den eigenen Nachwuchs. „Nur mit gut ausgebildeten Kräften lässt sich langfristiger Unternehmenserfolg sichern.“

Nicht nur in den Märkten versteht es Combi, sich durch die Fokussierung auf Frische und Bedienungsbereiche vom Wettbewerb abzusetzen. Auch im Bereich Mitarbeiterförderung werden individuelle Wege geboten. „Das Engagement im Bereich Aus- und Weiterbildung bedeutet für uns eine klare Investition in die Zukunft. Durch vielseitige Arbeitsfelder und Einsatzmöglichkeiten kann Combi flexibel auf die Bedürfnisse seine Mitarbeiter reagieren. „Wir wollen unsere Mitarbeiter langfristig beschäftigen. Das geht nur mit nachhaltiger Entlohnung und wertschätzendem Umgang.“ Persönlicher Kontakt, flache Hierarchien und kurze Abstimmungswege sind für Combi dabei unerlässlich.

Für die Zukunft sieht der Geschäftsführer Combi gut aufgestellt. Auf bestehenden Erfolgen ruht man sich aber dennoch nicht aus. „Wir werden unser Filialnetz in den kommenden Jahren weiter ausbauen. Dafür brauchen wir fähige Mitarbeiter und Auszubildende, die Lust auf die Arbeit im Einzelhandel haben und das richtige Gespür für Markt und Kunden mitbringen.“

01.01.2015

MYTIME.DE MIT ONLINE-HANDELS-AWARD AUSGEZEICHNET

Shop der Bünting Unternehmensgruppe siegte in der Kategorie Lebensmittel[mehr]

Leer/Oldenburg im Januar 2015 – Die Initiatoren des Awards sind das Management Forum, das ECC Köln, der Handelsverband Deutschland (HDE) und Hermes.

Der Lebensmittel-Onlineshop myTime.de der Bünting Unternehmensgruppe ist mit dem Online-Handels-Award ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung auf Basis der Ergebnisse der Studie „Erfolgsfaktoren im E-Commerce Deutschlands Top Online-Shop Vol. 4“ wurde nun zum vierten Mal in Köln überreicht. Die Initiatoren des Awards sind das Management Forum, das ECC Köln, der Handelsverband Deutschland (HDE) und Hermes.

Die diesjährige Untersuchung betrachtet die 100 umsatzstärksten Online-Shops aus zwölf Kategorien. In der Kategorie Lebensmittel siegte myTime.de. „Dem Onlineshop von myTime.de gelingt es in vorbildlicher Weise, den Erwartungen der eigenen Kunden zu entsprechen. Die sehr hohe Kundenzufriedenheit hinsichtlich der wichtigsten Erfolgsfaktoren im Online-Handel – Websitedesign, Usability, Sortiment, Service, Preis-Leistung, Bezahlung & Check-out und Versand & Lieferung – bestätigt die herausragende Leistung“, so die Begründung der Jury. „Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung. myTime.de hat einmal mehr überzeugt“, sagt Joosten Brüggemann, Geschäftsführer der Bünting E-Commerce, die den Lebensmittel-Onlineshop myTime.de betreibt..

myTime.de, ging im Jahr 2012 an Netz ging, bietet inzwischen mehr als 30.000 Artikel von Obst und Gemüse

über Tiefkühlp
Qualitätsprodu ersandboxen,
Lieferungen zum Wunschtermin und ein umfassender Kundenservice überzeugen die Kunden. „Unsere Kundenzahl wächst stetig – und das nicht nur bei Erstbestellern. Mehr als die Hälfte von ihnen wird zum Stammkäufer bei myTime.de."

01.01.2015

COMBI ERZIELT ÜBER 23.000 EURO ERLÖS FÜR UNICEF

Weihnachtskartenverkauf kam gut bei den Kunden an[mehr]

Leer, im Januar 2015 – Der Umsatzerlös des Weihnachtskartenverkaufs geht zu 100 Prozent an das UN-Kinderhilfswerk und kommt der internationalen UNICEF-Arbeit zugute. Gemeinsam mit seinen Partnern vor Ort versorgt UNICEF jedes dritte Kind weltweit mit Impfstoffen, stattet Schulen aus und hilft in Krisen- und Kriegsgebieten.

Combi unterstützt UNICEF bereits zum fünften Mal in Folge durch den ehrenamtlichen Verkauf von UNICEF-Grußkarten in allen Combi Verbrauchermärkten. Von Anfang November bis Ende Dezember 2014 wurden die verschiedenen Weihnachtssortimente angeboten. „Der jährliche Weihnachtskarten-Verkauf von Unicef gehört bei uns schon zur guten Tradition und ist auch 2014 wieder sehr gut bei unseren Kunden angekommen" weiß Uwe Halfwassen, Geschäftsführer der Combi Verbrauchermarkt Einkaufsstätte GmbH & Co. KG.

Insgesamt beträgt der Umsatzerlös 23.164,43 Euro. „Wir freuen uns, dass wir auch in diesem Jahr eine deutliche Steigerung haben", sagt Uwe Halfwassen. Seit Verkaufsstart im Jahr 2010 konnten insgesamt bereits mehr als 83.000 Euro an Umsatzerlösen für UNICEF durch Combi erzielt werden.

„Als UNICEF-Verkaufspartner verzichten wir auf die komplette Handelsmarge und unterstützen so Gesundheits-, Bildungs- und Kinderschutz- sowie aktuelle Nothilfe-Programme", betont Combi Geschäftsführer Uwe Halfwassen.

18.12.2014

FAMILA SCHLIESST GROSSPROJEKT GANDERKESEE AB

Am 17. Dezember öffneten sich auch die Türen des neuen Fachhandels- und Getränkemarktes[mehr]

Leer/Ganderkesee, im Dezember 2014 – Nach zweieinhalb Jahren Bauphase sind die Arbeiten beendet. Neue Shops und mehr Parkfläche sind entstanden.

1969 eröffnete erstmals ein famila Markt in Ganderkesee und veränderte den Ortskern nachhaltig. Gut 45 Jahre später eröffnet famila an gleicher Stelle einen neuen Fachhandels- und Getränkemarkt. Die Fertigstellung dieses Gebäudes bildet den Abschluss eines Großprojektes, das famila in den vergangenen zweieinhalb Jahren in Ganderkesee umgesetzt hat.

2012 rückten (smittelmarkt an der Grüppenbürener Straße, der im vergangenen Sommer auf einer Fläche von rund 3.400 Quadratmetern eröffnete. Im nächsten Schritt wurde der alte Lebensmittelmarkt umgebaut und modernisiert. Hier sind inzwischen drei Shop-Flächen entstanden. Eine Apotheke und das Textilgeschäft Ernsting´s family haben dort bereits eröffnet. „Für die dritte Fläche laufen Verhandlungen mit verschiedenen Branchen. Wir sind zuversichtlich, dass wir im ersten Quartal 2015 auch die verbleibende Fläche vermietet haben“, sagt Raimund Mecke, Geschäftsführer der famila Verbrauchermarkt Einkaufsstätte GmbH & Co. KG.

Parallel begannen 2013 auch die Umbauarbeiten am Parkdeck sowie der Bau des neuen Getränkemarktes. „Wir sind froh, dass sich mit der Fertigstellung des Parkdecks und der umgebauten Tiefgarage die Parkplatzsituation beim Lebensmittelmarkt nun deutlich entspannt.“ Auf dem Parkdeck sowie in der Tiefgarage, die jetzt eine neue Zufahrt hat, sind jeweils rund 50 Parkplätze entstanden. Mittels eines Aufzuges ist das Parkdeck auf für Menschen mit Handicap barrierefrei erreichbar.

Ein wesentlicher Bestandteil im Konzept des famila Umbaus war es, einen Durchstich zum Marktplatz zu schaffen, um das famila-Areal an das Zentrum anzubinden. Eine auch optisch erkennbare Wegeverbindung führt nun vom Parkplatz des famila Marktes über das Parkdeck und durch den alten Lebensmittelmarkt zum dahinterliegenden Marktplatz.

Der famila Fachhandels- und Getränkemarkt, der am 17. Dezember eröffnete, ist das letzte Element im Großprojekt Ganderkesee. „Wir haben uns komplett neu und modern aufgestellt und uns damit den aktuellen Ansprüchen an ein SB-Warenhaus und den Kundenwünschen optimal angepasst.“ Der Getränkemarkt beherbergt auf einer Fläche von rund 800 Quadratmetern nicht nur ein umfangreiches Sortiment von Sekt bis Selters, sondern auch diverse Non-Food-Sortimente. Dazu zählen beispielsweise Spielwaren, Gartengeräte, Kleinelektro und Heimwerkerbedarf.

„Wir freuen uns, dass wir das Projekt in Ganderkesee nun erfolgreich abschließen können und mit den neuen Märkten zur Steigerung der Versorgungsfunktion und zur weiteren Attraktivität im Ortskern von Ganderkesee beitragen.“

Auch stellvertretende Bürgermeisterin überzeugte sich bei einer Begehung von der erfolgreichen Umsetzung der famila-Pläne in Ganderkesee.

11.11.2014

„WEINHÄNDLER DES JAHRES“ KOOPERIERT MIT FAMILA

Zusammenarbeit von Wein Wolff und der Vertriebsgesellschaft ausgezeichnet.[mehr]

Leer, im November 2014 – In elf Märkten der Vertriebsgesellschaft der Bünting Unternehmensgruppe bietet der Leeraner Weinhändler seine Produkte an. Gerade erst bekam Wein Wolff zum wiederholten Male die Auszeichnung „Weinhändler des Jahres“. Traditionsreiche Unternehmen gibt es viele im ostfriesischen Leer. Die Bünting Unternehmensgruppe, zu der auch die Vertriebsgesellschaft famila gehört, und Wein Wolff sind nur

zwei dieser his Qualität bei den Produkten beide Unternehmen seit Jahren prägen. Ein SB-Warenhaus ohne gut sortierte Weinabteilung ist schwer vorstellbar. famila geht noch einen Schritt weiter. Wie schon in anderen Sortimenten schafft famila durch die Zusammenarbeit mit Wein Wolff eine gelungene Symbiose zwischen Einzelhandel und Fachhandel. „Wir sind froh, dass wir mit Wein Wolff einen so renommierten Partner in unseren Häusern haben", betont famila Geschäftsführer Raimund Mecke. An insgesamt elf Standorten können die Kunden die erlesenen Weine des Leeraner Weinhändlers bekommen. Auch für Wein Wolff hat die Zusammenarbeit mit dem Lebensmitteleinzelhandel viel Positives. „Wir können unsere Produkte so einem breiten interessierten Publikum anbieten, auch über die Grenzen der Region hinaus", so Jan Wolff, Geschäftsführer der Leeraner Weinhandlung. Gerade erst wurde Wein Wolff nach 2003 und 2008 zum dritten Male mit dem Titel „Weinhändler des Jahres" ausgezeichnet. Gewürdigt wurde damit die hervorragende Kombination aus Fachhandel und Einzelhandel, die Wein Wolff unter anderem zusammen mit den famila Märkten bietet. „Die Auszeichnung zeigt, dass wir mit unserem Konzept auf dem richtigen Weg sind und wir freuen uns sehr, dass unser Engagement nun auf diese Weise bestätigt wird", so Jan Wolff.

04.11.2014

COMBI IN WITTMUND ERÖFFNET WIEDER

Nach Umbauphase mehr Platz und neue Mieter[mehr]

Wittmund, im November 2014 – Die Arbeiten erfolgten bei laufendem Betrieb. Nur zwei Tage war der Markt geschlossen. Am 5. November öffneten sich die Türen wieder. Das neue Design und mehr Konzessionäre in der Vorkassenzone werten den Standort nicht nur optisch auf. Seit dem Jahr 1982 gibt es Combi in Wittmund. Der Markt ist damit einer der ältesten Standorte der Vertriebsgesellschaft der Bünting Unternehmensgruppe. Auch wenn laufend investiert wurde, war es für Combi an der Esenser Straße nun Zeit für eine Generalüberholung. „Wir haben den Markt modernisiert, vergrößert und aufgewertet", erklärt Pressereferentin Helen Drieling. „Von der Fassade bis zum Weinregal hat Combi sein Gesicht verändert und nun eine Verkaufsfläche von rund 2.500 Quadratmetern." Rund 11 Monate haben die Erweiterung und der Umbau gedauert – ausgeführt komplett bei laufendem Betrieb. „Natürlich mussten die Kunden während dieser Zeit einige Einschränkungen hinnehmen, wichtig war uns aber, ihnen während der ganzen Zeit das Einkaufen im Markt zu ermöglichen – und das so angenehm wie möglich." Zunächst wurde der Markt im rückwärtigen Bereich erweitert und auf der entstandenen Fläche die neuen Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse, die Frischeabteilung sowie der Bereich für Wein- und Spirituosen eingerichtet. Auch ein Teil des sogenannten Trockensortimentes zog damals bereits um. „Von den Arbeiten im ersten Bauabschnitt haben die Kunden noch wenig mitbekommen", so Helen Drieling. Im Juni bekamen sie erstmals einen Eindruck vom „neuen" Combi in Wittmund, der in weiteren fünf Monaten sein Gesicht mehr und mehr veränderte. Der Umbau der restlichen Verkaufsfläche erfolgte im Rotationsprinzip, und für die Kunden spürbar. Wesentliche Bestandteile des „neuen" Combi in Wittmund sind neben den Bedientheken und der Frischeabteilung, in der jetzt nur noch geschlossene Kühlmöbel stehen, die viel Energie sparen, die neue Obst- und Gemüse-Abteilung sowie die neu konzipierte Kassenzone. Hier sorgen eine geräuschabsorbierende Decke, spezielle Beleuchtung und ein neuer Scannerton für eine angenehme Atmosphäre. Im letzten Bauabschnitt wurde auch der Bereich der Vorkassenzone, der nun wesentlich großzügiger ist, vollständig umgebaut und der Markteingang wanderte – wenn auch nur ein wenig – an eine

andere Stelle. I n den
bisherigen Kor .orenz, deren
Backshop um einen Cafébereich mit Sitzgelegenheiten erweitert wurde, ziehen die Sparkasse Leer-Wittmund, der Blumenshop „Evergreen“ und der Friseur „Trend Hair“ ein. „Für uns ist das nicht nur eine Investition in ein optimales Einkaufserlebnis für unsere Kunden, sondern auch in die langfristige und nachhaltige Entwicklung des Standortes Wittmund.“ Insbesondere durch die neuen Mieter wertet Combi den Markt zusätzlich auf und bietet – im Zusammenspiel mit den umliegenden Unternehmen – die Kompetenzen eines Fachmarktzentrums. Auch der benachbarte Aldi-Markt wurde im Zuge der Arbeiten bei Combi umgebaut und die Fassade optisch angepasst. Der Discounter zog während der Bauphase in ein Zelt auf dem Parkplatz.

Combi – „Immer eine Frische voraus“: Die über 70 Combi-Verbrauchermärkte von der Nordsee bis ins Münsterland sind positioniert als Nahversorger und liegen in besten wohn- und verkehrsintegrierten Lagen. Auf den Verkaufsflächen von 1.800 bis 3.000 qm bilden Lebensmittel und Frischeartikel den Schwerpunkt. Entsprechend dem Slogan überzeugt Combi durch Warenvielfalt, Qualität, Frische, Service und Preisvorteile. Erweitert wird das umfangreiche Warenangebot mit leistungsstarken Fachmietern, wie Backshops, Blumengeschäften, Tabakshops, Postagenturen und Toto-/Lotto-Annahmestellen. Zusätzlich bietet Combi seinen Kunden einen Ernährungsservice. Die Combi-Ernährungsberaterinnen veranstalten in regelmäßigen Abständen Aktionen in den Märkten oder beantworten per E-Mail oder Telefon alle Fragen rund um die Ernährung. Kontakt Ernährungsservice: Tel: 0491/808-940 (mittwochs 14 bis 17 Uhr), E-Mail: ernaehrung@combi.de.

03.11.2014

MIT COMBI IN GARREL IMMER EINE FRISCHE VORAUS

Am Donnerstag, 27. November, um 8 Uhr große Eröffnung[mehr]

Leer, im November 2014 – Auf einer Verkaufsfläche von 1.900 Quadratmetern finden die Kunden eine große Auswahl. Insgesamt 45 Mitarbeiter sind im Markt beschäftigt. Zur Eröffnung gibt es zahlreiche Angebote und Aktionen für die Kunden. Als im Juli dieses Jahres das Baustellenschild auf dem Areal an der Nikolausdorfer Straße 5 in Garrel aufgestellt wurde, konnten sich die Menschen in der Region erstmals ein ungefähres Bild davon machen, was auf dem Grundstück entstehen würde: ein Gebäudekomplex für einen Combi Verbrauchermarkt und einen benachbarten Aldi, errichtet von der Firma Bagge Bau aus Wachtum. Rund fünf Monate später sind die Arbeiten nun abgeschlossen. Am Donnerstag, 27. November, um 8 Uhr öffneten sich erstmals die Türen für die Combi-Kunden. Mit dem Markt in Garrel eröffnet die Vertriebsgesellschaft der Bünting Unternehmensgruppe aus Leer ihren 81. Standort zwischen Cuxhaven und Hamm (Wesf.). Positioniert als Nahversorger mit einem Schwerpunkt auf den Bereichen Frische und Bedienungsabteilung bietet Combi den Kunden in Garrel eine große Auswahl. Insgesamt 22.000 Artikel von A wie Apfel bis Z wie Zahnbürste umfasst das Sortiment. Aushängeschild sind dabei – wie in jedem Combi Markt – die Obst- und Gemüseabteilung sowie die Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse. „Wir wollen den Kunden in Garrel nicht nur eine Auswahl in Top-Qualität und Frische bieten, die Kunden sollen sich bei ihrem Einkauf vor allem wohlfühlen“, sagt Marktleiter Thorben Goldmann.
Dafür sorgt unter anderem die Gestaltung des Marktes. So wie sich das Gebäude von außen architektonisch ideal in die Umgebung einfügt, erleben die Kunden bei Combi ein besonderes Raumgefühl. Angenehme

Beleuchtung, v ssagekräftige Bildmotive sin erblick und auch die Bedürfnisse von Älteren und Menschen mit Handicap werden berücksichtigt. Breite und übersichtliche Gänge, Sitzgelegenheiten, spezielle Einkaufswagen sowie Parkplätze direkt vor dem Eingang sorgen für einen barrierefreien Einkauf. Auch das Thema Energie spielte beim Bau und der Einrichtung des Marktes eine wichtige Rolle. So gelangt über verschiedene Glasflächen viel Tageslicht in den Markt. Das sorgt nicht nur für eine besondere Atmosphäre, sondern spart auch Beleuchtungsenergie. Zudem ist die Marktbeleuchtung komplett in LED-Technik ausgeführt. Die Kühlmöbel für die Frische- und Tiefkühlprodukte sind geschlossen. „So erreichen wir eine Energieeinsparung von mehr als 25 Prozent“, erklärt Thorben Goldmann. Der gemeinsam mit 45 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Combi Markt in Garrel arbeitet. Combi setzt in Garrel – wie auch an den meisten anderen Standorten – auf starke Mieter in der Vorkassenzone und erweitert damit das Angebot. In Garrel betreibt die Bäckerei Behrens Meyer einen Backshop mit Cafébereich und der Blumenshop interfleur bietet Floristik vom Feinsten. Darüber hinaus befindet sich im Eingangsbereich ein Geldautomat der Raiffeisenbank Garrel. Geöffnet hat der Combi Markt Garrel, Nikolausdorfer Straße 5, montags bis sonnabends von 8 bis 22 Uhr. Zur Eröffnung gibt es für die Kunden nicht nur attraktive Angebote, sondern auch viele Aktionen.Combi – „Immer eine Frische voraus“: Die über 80 Combi-Verbrauchermärkte von der Nordsee bis ins Münsterland sind positioniert als Nahversorger und liegen in besten wohn- und verkehrsintegrierten Lagen. Auf den Verkaufsflächen von 1.800 bis 3.000 qm bilden Lebensmittel und Frischeartikel den Schwerpunkt. Entsprechend dem Slogan überzeugt Combi durch Warenvielfalt, Qualität, Frische, Service und Preisvorteile. Erweitert wird das umfangreiche Warenangebot mit leistungsstarken Fachmietern, wie Backshops, Blumengeschäften, Tabakshops, Postagenturen und Toto-/Lotto-Annahmestellen. Zusätzlich bietet Combi seinen Kunden einen Ernährungsservice. Die Combi-Ernährungsberaterinnen veranstalten in regelmäßigen Abständen Aktionen in den Märkten oder beantworten per E-Mail oder Telefon alle Fragen rund um die Ernährung. Kontakt Ernährungsservice: Tel: 0491/808-940 (mittwochs 14 bis 17 Uhr), E-Mail: ernaehrung@combi.de.

14.10.2014

GRUNDSTEIN FÜR ZWEITEN COMBI MARKT GELEGT

Auf dem Areal des ehemaligen Niedersachsenbades wird gebaut[mehr]

Leer, im Oktober 2014 – Die Straßenbaumaßnahmen für eine neue Zuwegung zu dem Gelände sind bereits abgeschlossen. Nun beginnen die Arbeiten am Gebäude. Die ersten Schritte auf dem Weg zum neuen Combi Markt an der Natruper Straße in Osnabrück sind getan. Nachdem zu Jahresbeginn die entsprechende Baugenehmigung erteilt wurde und über den Sommer bereits Straßenbaumaßnahmen für eine neue Zuwegung zu dem Gelände erledigt wurden, beginnt nun der Bau des eigentlichen Marktes. Im Beisein des Osnabrücker Oberbürgermeisters Wolfgang Griesert sowie dem Stadtbaurat Frank Otte wurde der Grundstein auf dem Gelände des ehemaligen Niedersachsenbades gelegt. Combi betreibt bereits einen Markt in Osnabrück und möchte mit dem neuen Projekt seine Marktposition weiter festigen. Mit einem innovativen Gebäude, das nicht nur im Hinblick auf das städtebauliche Erscheinungsbild, sondern auch in Sachen Energieeffizienz mit Blick auf die Zukunft geplant ist, soll sich der Markt optimal ins Straßenbild einfügen. Die Besonderheit des tief liegenden Grundstücks bietet die Möglichkeit zu einer für Combi bisher einmaligen Bauweise. „Wir werden den Markt in aufgeständerter Form errichten. So schaffen wir ebenerdige Parkplätze und schließen mit der

Geschäftsfläch ünting
Unternehmens ch. Geplant

wurde das Gebäude von dem Osnabrücker Architekturbüro Plan.Concept Architekten. „Wir freuen uns, dass Combi uns mit der Gestaltung und Planung des Gebäudes beauftragt hat und sind überzeugt, ein für den Standort und den Zweck ideal abgestimmtes Bau-Konzept umzusetzen“, sagt Dipl. Ing. Architektin Afra Creutz, Geschäftsführerin von Plan.Concept. Architektur und Ladengestaltung sind das eine, das Sortiment das andere. Auch hier setzt Combi auf eine standortspezifische Konzeption. „Die Lage des Marktes im Stadtteil Westerberg mit Nähe zu Universität und Fachhochschule bietet eine Kundenklientel, die Frische, Qualität aber auch hochwertige Convenience zu schätzen weiß“, betont Pressereferentin Helen Drieling. Genau dort und auf dem Bereich der Bedientheken – dem Aushängeschild eines jeden Combi Marktes – soll der Fokus liegen. „Unser Ziel ist es, möglichst allen Kundenansprüchen gerecht zu werden. Daher werden die Kunden im Combi an der Natruper Straße unsere Preiseinstiegsmarke Jeden Tag ebenso finden wie ausgewählte Feinkost-Artikel.“ Wenn alles planmäßig läuft, können die Kunden 2015 auf 1.900 Quadratmetern im neuen Combi Markt einkaufen.
Combi – „Immer eine Frische voraus“: Die über 70 Combi-Verbrauchermärkte von der Nordsee bis ins Münsterland sind positioniert als Nahversorger und liegen in besten wohn- und verkehrsintegrierten Lagen. Auf den Verkaufsflächen von 1.800 bis 3.000 qm bilden Lebensmittel und Frischeartikel den Schwerpunkt. Entsprechend dem Slogan überzeugt Combi durch Warenvielfalt, Qualität, Frische, Service und Preisvorteile. Erweitert wird das umfangreiche Warenangebot mit leistungsstarken Fachmietern, wie Backshops, Blumengeschäften, Tabakshops, Postagenturen und Toto-/Lotto-Annahmestellen. Zusätzlich bietet Combi seinen Kunden einen Ernährungsservice. Die Combi-Ernährungsberaterinnen veranstalten in regelmäßigen Abständen Aktionen in den Märkten oder beantworten per E-Mail oder Telefon alle Fragen rund um die Ernährung. Kontakt Ernährungsservice: Tel: 0491/808-940, E-Mail: ernaehrung@combi.de.

14.10.2014

TELEPOINT SETZT AUF INNOVATIVES AUSBILDUNGSKONZEPT

In Bad Zwischenahn wird eine Filiale von Auszubildenden betrieben[mehr]

Leer/Oldenburg, im Oktober 2014 – Auf einer 400 Quadratmeter großen Geschäftsfläche erlernen die jungen Menschen im „Telepoint Juniors“ die komplette Organisation eines Marktes „am lebenden Objekt“. Gleichzeitig soll den Kunden ein besonderes Einkaufgefühl in junger und dynamischer Atmosphäre gegeben werden. Das Projekt wird von der Industrie- und Handelskammer unterstützt. Die Konkurrenz auf dem Auszubildendenmarkt ist groß. Umso wichtiger ist es – insbesondere in Zeiten des Fachkräftemangels – guten Nachwuchs zu bekommen und zu halten. „Wir stehen auch hier im Wettbewerb. Und wir möchten und müssen attraktiver sein als die Mitbewerber, wenn wir gute Auszubildende für uns gewinnen wollen“, ist sich Frank Harder, Geschäftsführer der Telepoint Elektrohandelsgesellschaft mbH & Co. KG sicher. Darum setzt das das Unternehmen, das zur Bünting Unternehmensgruppe gehört, jetzt mit „Telepoint Juniors“ auf ein neues innovatives Ausbildungskonzept. Hinter dem Namen steckt der erste Telepoint Markt, der allein von Auszubildenden geführt wird. Am Standort in Bad Zwischenahn sollen die Auszubildenden die Chance bekommen, die komplette Organisation eines Elektrofachmarktes „am lebenden Objekt“ zu erlernen: Sortiments- und Ladengestaltung, Warenbestellung, Kundenberatung, Logistik und Serviceleistungen, sind nur einige Punkte. „Wir möchten den Auszubildenden die Chance geben, Fehler und Erfahrungen frühzeitig zu machen und sie damit optimal auf spätere (Führungs-)Aufgaben vorbereiten“, erklärt Frank Harder den

Gedanken hint n sowie die
Entwicklung vo s“-Ansatz für
die Auszubildenden. Den Kunden soll in dem Markt ein besonderes Einkaufsgefühl in junger dynamischer Atmosphäre gegeben werden. „Aus unserer Erfahrung wissen wir, dass es Sortimente gibt, in denen die Kunden einen jungen Ansprechpartner beinahe erwarten.“ Den Geist von Telepoint transportieren und gleichzeitig die Gelegenheit nutzen, neue Ansätze auszuprobieren, die sich nach Möglichkeit auf alle Märkte übertragen lassen ist ein weiterer positiver Aspekt, den sich Telepoint verspricht. So wird in Bad Zwischenahn zum Beispiel ein neues frisches Ladendesign getestet, das sich ab dem kommenden Jahr nach und nach an allen Standorten etablieren soll. Insgesamt rund 40 junge Menschen werden derzeit bei Telepoint ausgebildet und alle von ihnen sollen die Möglichkeit bekommen, sich im Telepoint Juniors zu beweisen. Dazu gibt es ein Rotationsverfahren, in dem etwa alle drei bis vier Monate ein Wechsel stattfindet. „Wir müssen bei dem ganzen Projekt natürlich die Berufsschulsituation und die Möglichkeiten innerhalb des eigentlichen Ausbildungsstandortes berücksichtigen“, erklärt Frank Harder. Darum erfolgt eine enge Zusammenarbeit mit der Industrie- und Handelskammer. Diese gibt auch gewisse Rahmenbedingungen für das Projekt vor. So ist beispielsweise ein Telepoint-Mitarbeiter, als Projektbetreuer täglich im Azubi-Markt anwesend. Für den alltäglichen Betrieb im Telepoint Juniors werden bei Öffnungszeiten von 10 bis 19 Uhr sieben bis acht Auszubildende eingesetzt. Auch während der Zeit im Markt erfolgt eine Rotation hinsichtlich der zu bekleidenden Positionen. Ziel ist es, dass jeder Auszubildende alle Bereiche kennenlernt, aber auch die Möglichkeit hat, sich in einzelne Sortimentsbereiche vertiefend einzubringen und sich zu spezialisieren.
Die meisten Teilnehmer am Projekt werden bei Telepoint zu Kaufleuten im Einzelhandel ausgebildet. Aber auch Auszubildende aus den Bereichen Großhandel, Bürokommunikation und Logistik können an dem Projekt teilnehmen. Für die Kunden bietet der Telepoint Juniors ein umfangreiches Sortiment, das dem eines „echten“ Telepoint Marktes in Qualität und Service in nichts nachsteht. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Bereich Telekommunikation. Weitere Bereiche sind eine PC-Welt mit Notebooks, Tablets und E-Book-Readern, TV- und Unterhaltungselektronik, Fotografie aber auch die sogenannte „weiße Ware“ wie Waschmaschinen, Trockner, Kühl- und Gefrierschränke oder Spülmaschinen. Im Bereich Klein-Elektronik gibt es fast alles vom Fön bis zum Kaffeevollautomaten. Ein für Telepoint ganz neues Sortiment, die Haussicherheitstechnik, wird ebenfalls im Juniors Markt vorrätig sein. In Zusammenarbeit mit den Telepoint-Märkten in Leer und Oldenburg werden außerdem sämtliche Telepoint-Serviceleistungen von der Auslieferung und Montage bis hin zur Altgeräteentsorgung angeboten. „Wir hoffen, mit Telepoint Juniors ein Projekt zu schaffen, von dem sowohl die Azubis als auch das Unternehmen gleichermaßen profitieren. Denn wir müssen heute schon an unsere Fachkräfte von morgen denken und sie auf ihre Aufgaben optimal vorbereiten.“ Telepoint – „wir machen Technik einfach einfach“: Die Telepoint ist eine Vertriebsgesellschaft für TV-Hifi-Video-Foto, Telekommunikation sowie Computer und Haushaltselektronik. Rund 35.000 Artikel werden auf 1500 bis 3.000 qm Verkaufsfläche angeboten. Der Elektronik-Fachmarkt zeichnet sich durch seine große Kundennähe und Beratungskompetenz aus. Telepoint gehört zu den größten Mitgliedern der Verbundgruppe EURONICS Deutschland eG – einer Einkaufsgemeinschaft für Elektrogeräte – die einer der größten Marktteilnehmer in Deutschland und Europa ist.

06.10.2014

NEUE STRATEGIE MIT FOKUS AUF FACHMARKTKOMPETENZ

Telepoint setzt auf Technikerlebnis und Komplettlösungen[mehr]

Oldenburg, im : die Elektronikfach imenten,

Märkten, in denen Technik zum Erlebnis wird, und optimal ausgebildeten Mitarbeitern will sich Telepoint gegenüber den Wettbewerbern – auch aus dem Netz – positionieren. Der Handel mit Elektronik unterscheidet sich sehr stark vom Handel mit Lebensmitteln: Sehr kurze Produktzyklen – insbesondere im Bereich Consumer Electronic – beratungsintensive Sortimente und fast tägliche Preisveränderungen bestimmen das Geschäft. Und die Konkurrenz aus dem Netz ist dabei immer nur einen Klick entfernt. Wer eine Preissuchmaschine benutzt, bekommt in Sekunden hunderte Angebote, Vergleiche und fast garantiert den billigsten Preis. Darum ist für Telepoint-Geschäftsführer Frank Harder eines klar: „Wir können als stationärer Händler nicht nur die Preise in den Mittelpunkt stellen. Diesen Kampf werden wir über kurz oder lang gegen die Großen der Branche und das Internet verlieren." So klar wie seine Aussage in diesem Punkt, so klar ist seine Vorstellung der Strategie für Telepoint: differenzierte Mehrwerte, klare Kaufanreize und ein an den Kundenbedürfnissen orientiertes Gesamtkonzept. Kurzum: „Wir müssen die Vorteile stärker in den Fokus rücken, die reine Internetshops nicht bieten können." Die 400 Mitarbeiter verteilt auf die Verwaltung und 15 Märkte im Nordwesten Deutschlands sollen mit Qualität sowie hoher Beratungs- und Servicekompetenz überzeugen. „Die Fachkompetenz der Telepoint Märkte soll noch stärker in das Bewusstsein der Kunden rücken. Wir wollen den Kunden nicht nur Ware verkaufen, wir wollen ihnen individuelle Komplettlösungen bieten." Erlebnisorientierung und Inspiration sind die zentralen Treiber für den Einkauf im stationären Handel. Genau diese Faktoren soll künftig jeder Telepoint Markt bedienen. „Wir wollen ein emotionales Kauferlebnis bieten, indem wir Aha-Effekte schaffen und mit Themenwelten und Stimmungen arbeiten." Progressiv, fortschrittlich, innovativ, mit diesen Attributen beschreibt der Geschäftsführer die Ware, die in seinen Märkten steht und auf die er das Design von Telepoint anpassen will. Qualität, Kompetenz, Wertigkeit und Frische sollen dem Kunden überall bei Telepoint begegnen. „Wir müssen ein Erscheinungsbild aus einem Guss haben, vom Eingang in den Markt bis hin zu Warenausgabe am Lager. Vom ersten bis zum letzten Eindruck sozusagen." Aussehen ist nicht alles, das gilt auch in der Elektronikbranche. Ebenso wichtig sind Sortiment und Service – und das in jedem einzelnen Markt. Darum setzt Telepoint auf eine veränderte Personalstruktur: „Wir haben die Fachmarktleiter von einigen administrativen Aufgaben entlastet, damit sie sich noch intensiver um ihre Märkte kümmern können. Darüber hinaus haben wir mit zwei Bezirksverkaufsleitern eine neue Ebene geschaffen, um die Kommunikation und den Ideentransfer zu verstärken sowie Konzepte einheitlich umzusetzen." Zum neuen Konzept bei Telepoint gehören auch neue Warensegmente und Sortimente. In Sinne des Cross-Selling bietet Telepoint beispielweise nicht nur hochwertige Kaffeevollautomaten, sondern gleichzeitig den entsprechenden Kaffee oder Fachliteratur zum Thema. „Es geht darum, bedürfnisgerechte Angebote für den Kunden zu schaffen." Auch für die Bereiche TV oder weiße Ware gibt es derartige Komplettlösungen. So arbeitet Telepoint am Standort in Hameln mit der Firma Hattendorf zusammen, die individuelle TV-Wohnwände herstellt. „Wer bei Telepoint seinen Fernseher kauft, kann sich gleich das passende Möbelstück dafür zusammenstellen lassen." Ebenfalls im Markt in Hameln läuft ein Pilotmodell in Kooperation mit dem Küchenanbieter DYK 360. Neben den Geräten für die neue Küche, können sich die Kunden dort auch gleich ihre komplette Küche planen lassen. „Der Kunde soll bei uns nicht nur Produkte kaufen, sondern das gute Gefühl mit nach Hause nehmen, dass wir für ihn die optimale Lösung gefunden haben." Ein neues Sortiment, das inzwischen einen Roll-out in allen Telepoint Märkten hatte, ist die Haussicherheitstechnik. Vom Rauchmelder bis hin zur Alarmanlage reicht die Auswahl, entsprechende Beratung ist selbstverständlich. Der Service-Aspekt spielt bei Telepoint seit je her eine große Rolle, soll aber künftig noch mehr forciert werden. So leistet sich Telepoint drei eigene Meister, die im Bereich weiße Ware alle Reparaturen durchführen oder sofort ein Ersatzgerät liefern können. Außerdem soll künftig ein „Handydoktor" etabliert werden, der alle üblichen Handyprobleme binnen 48 Stunden lösen und

sogar Sprechze ıen Tag ohne
ihr Smartphon atur
einschicken.“ Die jüngere Generation steht bei Telepoint nicht nur als Kunde im Fokus. „Wir müssen heute schon unsere Fachkräfte von morgen ausbilden und ihnen so viel Kompetenz wie möglich vermitteln“, weiß Frank Harder. Darum startet Telepoint in diesem Jahr mit einem Ausbildungsprojekt der ganz besonderen Art. Unter dem Namen „Telepoint Juniors“ betreiben Auszubildende in Bad Zwischenahn ihren eigenen Markt. Von der Sortimentsgestaltung über den Verkauf bis hin zu Werbemaßnahmen und Personaleinsatzplanung liegt alles in den Händen der Auszubildenden. Selbstverständlich wird das Projekt von einem, erfahrenen Telepoint-Mitarbeiter begleitet, Ziel ist es aber, den Auszubildenden so viel Eigenverantwortung wie möglich zu geben, um sie optimal auf den späteren Marktalltag in allen seinen Facetten vorzubereiten. Nicht nur in punkto Personal, auch in Sachen Expansion hat Telepoint die Zukunft im Blick. Im Frühjahr 2015 soll in Lemgo ein neuer Standort entstehen. Telepoint – „wir machen Technik einfach einfach“: Die Telepoint ist eine Vertriebsgesellschaft für TV-Hifi-Video-Foto, Telekommunikation sowie Computer und Haushaltselektronik. Rund 35.000 Artikel werden auf 1.500 bis 3.000 qm Verkaufsfläche angeboten. Der Elektronik-Fachmarkt zeichnet sich durch seine große Kundennähe und Beratungskompetenz aus. Telepoint gehört zu den größten Mitgliedern der Verbundgruppe EURONICS Deutschland eG – einer Einkaufsgemeinschaft für Elektrogeräte – die einer der größten Marktteilnehmer in Deutschland und Europa ist.

06.10.2014

BÜNTING BRINGT „BLÜTENTEES“ AUF DEN MARKT

Leeraner Teehandelshaus setzt neue Akzente[mehr]

Leer, im Oktober 2014 – Mit der neuen Range, für die Sterneköchin Cornelia Poletto als Testimonial gewonnen wurde, sollen die Position im Kerngebiet ausgebaut und die Distribution ausgeweitet werden. Das J. Bünting Teehandelshaus ist bislang vor allem für seine hervorragenden Schwarztee-Kreationen bekannt. Seit fast 80 Jahren zählt zum Beispiel der „Bünting Grünpack“ als Original Ostfriesentee zu den absatzstärksten Produkten des Leeraner Teeproduzenten. Auf Mengenbasis ist Bünting Marktführer nationaler Marktführer im Bereich Schwarztee. Dass Bünting mehr kann, zeigt sich bereits heute in dem rund 80 Artikel umfassenden Sortiment. Zum Portfolio gehören neben den traditionellen Schwarztees auch Grüner Tee, Kräuter- und Früchtetees, eine Bio-Range sowie moderne Lifestyle-Tees. Dem nationalen Trend der Verbraucherbedürfnisse folgend wird Bünting Tee seine Kompetenzen weiter ausbauen. „Wir machen Tee seit 1806, haben viel Erfahrung und unser ganz eigenes Profil. Dieses werden wir schärfen und ausbauen. Eine me-too-Strategie in der wir die großen Teeanbieter kopieren, kommt für uns nicht in Frage“, stellt Stefan Punke, Geschäftsführer der J. Bünting Teehandelshaus GmbH & Comp. klar. Mit der neuen Produktrange „Blütentraum“ geht das Bünting Teehandelshaus jetzt den nächsten Schritt in Richtung „nationaler Anbieter“. Das Ziel ist es, die starke Position im Kerngebiet weiter auszubauen und gleichermaßen die nationale Expansion mit einem relevanten Sortiment voranzubringen. Insgesamt fünf Blütentees kommen in die Regale des Handels: „Rose Feige“, „Holunder Quitte“, „Lavendel Granatapfel“, „Jasmin Vanille“ und „Orange Bergamotte“. Die Geschmacksrichtungen sind bisher einzigartig im Markt und bewusst sanft gewählt. Bei der Qualität bleibt Bünting seinem hohen Anspruch an die eigenen Produkte einmal mehr treu. So werden für die Blütentees ausschließlich hochwertige natürliche Zutaten verwendet. Die Teebeutel sind – wie alle aus dem Hause Bünting – geknotet und nicht geklammert und die Schachtel ist aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. „Bei Bünting kaufen die Kunden nicht allein

einen sehr gut[illegible]eit über 200 Jahren verbun[illegible] Tee ist für die Verbraucher sehr wichtig“, weiß Stefan Punke. Zur Einführung der neuen „Blütentee“-Range setzt Bünting auf umfangreiche Marketing und POS-Maßnahmen. Mit der Sterneköchin, Gastronomin und Buchautorin Cornelia Poletto konnte zudem ein Testimonial gewonnen werden, das Attribute wie Authentizität, Qualitätsbewusstsein und Persönlichkeit für die auch Bünting Tee steht, optimal verkörpert. Als ältestes Privat-Teehandelshaus und bedeutendstes Teeunternehmen Ostfrieslands schreibt Bünting seit 1806 Teegeschichte. Der Gründer Johann Bünting legte mit der Eröffnung eines Kolonialwarenladens in der Altstadt von Leer die Grundlage für das gleichnamige Teehandelshaus, das Urzelle und Namensgeber für die gesamte Bünting Unternehmensgruppe ist. Speziell die Pflege der ostfriesischen Teekultur hat einen festen Platz im Unternehmen. Strategisch verfolgt das Bünting Teehandelshaus eine Balance von Tradition und Moderne. Die Unternehmensstärke liegt in der gewachsenen Produktvielfalt – neben dem echten Ostfriesen-Tee „Grünpack“ bietet Bünting auch Teespezialitäten, wie Grüne Tees, Rooibos-Tees sowie Kräuter- und Früchte-Tees.

01.10.2014

BÜNTING ERZIELTE MIT GRUSSKARTENVERKAUF INSGESAMT ÜBER 100.000 EURO ERLÖS FÜR UNICEF DEUTSCHLAND

Die erfolgreiche Kooperation wird auch in 2014 fortgeführt. Bei famila, Combi und erstmalig bei Minipreis sind auch in diesem Jahr UNICEF-Weihnachtskarten erhältlich.[mehr]

Leer, im Oktober 2014 – Seit 2010 unterstützt die Bünting Unternehmensgruppe durch den ehrenamtlichen Verkauf von UNICEF-Grußkarten die Arbeit von UNICEF Deutschland und erzielte so einen Erlös von insgesamt mehr als 100.000 Euro. Dieser kommt der weltweiten UNICEF-Arbeit zu Gute. Bereits zum fünften Mal in Folge werden ab sofort die schönen UNICEF-Grußkarten in den Märkten von famila, Combi und zum ersten Mal auch Minipreis für UNICEF verkauft. Weihnachten ist die Zeit im Jahr, in der viele Menschen gerne eine Karte statt einer E-Mail oder einer SMS verschicken. Es ist die Zeit der persönlichen Worte und die Zeit, in der die Gedanken, andere zu unterstützen, wieder mehr Platz in den Köpfen haben. Mit den UNICEF-Weihnachtskarten, die in diesem Jahr wieder in allen famila und Combi Märkten erhältlich sind, geht beides. Ab November sind zwölf verschiedene Sets bestehend aus fünf Doppelkarten mit Umschlägen in unterschiedlichen Motiven erhältlich. Ein Set wird für 7,50 Euro verkauft. „Der Verkauf von UNICEF-Weihnachtskarten kommt bei unseren Kunden sehr gut an und ist nun bereits gute Tradition“, erklärt Pressesprecherin Helen Drieling. Erstmals gibt es in diesem Jahr auch in allen Minipreis Märkten die UNICEF-Grußkarten zu kaufen. Hier können die Kunden aus sechs verschiedenen Sets wählen. „Wir freuen uns, dass wir uns nun mit insgesamt drei Vertriebslinien an dem Verkauf der UNICEF-Karten beteiligen können. Wir hoffen, dass die Kunden bei Minipreis die Aktion genauso gut annehmen wie bereits bei famila und Combi.“ Der gesamte Erlös aus dem Verkauf der Karten geht an das Deutsche Komitee für UNICEF und kommt UNICEF-Gesundheits-, Bildungs- und Kinderschutzprogrammen in rund 150 Ländern zugute. UNICEF verbessert die Lebensbedingungen von Kindern nachhaltig, baut zum Beispiel in entlegenen Regionen die medizinische Grundversorgung auf und impft jedes dritte Kind weltweit. Mit dem Verkauf von 15 Grußkarten kann UNICEF beispielsweise eine Box bereitstellen, um Impfstoffe auch in ländliche Gebiete zu transportieren.

01.10.2014

WEIHNACH

famila unterst

Bereits zum fünften Mal in Folge unterstützen die famila Märkte die Arbeit von UNICEF Deutschland mit dem ehrenamtlichen Verkauf von UNICEF-Grußkarten in der Vorweihnachtszeit. Seit 2010 erzielte die Bünting Unternehmensgruppe so einen Erlös von mehr als 96.000 Euro. Dieser kommt der weltweiten UNICEF-Arbeit zu Gute.

Weihnachten ist die Zeit im Jahr, in der viele Menschen gerne eine Karte statt einer E-Mail oder einer SMS verschicken. Es ist die Zeit der persönlichen Worte und die Zeit, in der die Gedanken, andere zu unterstützen, wieder mehr Platz in den Köpfen haben. Mit den UNICEF-Weihnachtskarten, die in diesem Jahr wieder in allen famila Märkten erhältlich sind, geht beides. Ab November sind zwölf verschiedene Sets bestehend aus fünf Doppelkarten mit Umschlägen mit variierenden Motiven erhältlich. Ein Set wird für 7,50 Euro verkauft. „Wir freuen uns, auf diese Weise Kindern weltweit helfen zu können. Der Verkauf der UNICEF-Weihnachtskarten kommt bei unseren Kunden sehr gut an und ist nun bereits gute Tradition“, erklärt Pressesprecherin Helen Drieling.

Der gesamte Erlös aus dem Verkauf der Karten geht an das Deutsche Komitee für UNICEF und kommt UNICEF-Gesundheits-, Bildungs- und Kinderschutzprogrammen in rund 150 Ländern zugute. UNICEF verbessert die Lebensbedingungen von Kindern nachhaltig, baut zum Beispiel in entlegenen Regionen die medizinische Grundversorgung auf und impft jedes dritte Kind weltweit. Mit dem Verkauf von 15 Grußkarten kann UNICEF beispielsweise eine Box bereitstellen, um Impfstoffe auch in ländliche Gebiete zu transportieren.

01.10.2014

MYTIME.DE SETZT POSITIVE ENTWICKLUNG FORT

Lebensmittel-Onlineshop mehrfach ausgezeichnet[mehr]

Oldenburg, im Oktober 2014 – Mit DPD als zusätzlichem Logistikpartner sowie durch die Ausweitung des B-to-B-Geschäftes stellt sich myTime.de noch breiter auf. Kooperationen, zum Beispiel mit Rezeptplattformen, und Kundenbindungsprogramme sorgen zusätzlich für Umsatz.

Ernst & Young prognostiziert dem Lebensmittel-Onlinehandel bis zum Jahr 2020 ein Umsatzwachstum auf rund 20 Milliarden Euro. Auch die positive Entwicklung von myTime.de wird ihren Anteil dazu beitragen. Stetig steigende Kundenzahlen, eine konstante Wiederkaufrate von mehr als 50 Prozent und Durchschnittsbons, die deutlich über dem Durchschnitt des stationären Handels liegen, zeugen von der hohen Akzeptanz des Shops. Vor allem in den Ballungszentren, aber auch in sehr ländlichen Regionen ist der Kauf von Lebensmitteln im Netz eine echte Alternative geworden.

Immerhin 36 Prozent der Verbraucher wollen laut einer Befragung von Ernst & Young in spätestens fünf Jahren Lebensmittel über das Internet bestellen. Bei den Familien liegt der Anteil sogar bei 64 Prozent. Doch der Onlinekunde stellt Ansprüche an Sortiment, Lieferung, Service und Preis. Diese kann myTime.de bereits jetzt

sehr erfolgreic /ollsortiment
an Lebensmitt ar-Food-
Bereich beinhaltet, einem ausgeklügelten Verpackungskonzept, das absolute Frische garantiert, und einem eigenen Logistikzentrum in Oldenburg, aus dem mit dem Projekt Go Green fünf bis acht Mal täglich quasi CO2-neutral abgeholt und zum Wunschtermin ausgeliefert wird. Daneben punktet myTime.de mit Preisen wie im Supermarkt, Angeboten und Aktionen, Service und Beratung, Bedienthekenservice, Servicehotline, Rezepten, Ernährungsberatung, kundenfreundlicher Nutzung sowie vielen praktischen Funktionen, die den Einkauf erleichtern.

In der aktuellen E-Shop Analyse Lebensmittel 2014 von research tools steht myTime.de im Gesamtranking ganz oben. Bei einer Untersuchung des Deutschen Instituts für Preis-Leistungs-Forschung stellt der Shop das beste Produktangebot und gilt nebenbei als günstigster Onlinesupermarkt. Und auch im Bereich der Tiefkühlware ist myTime.de laut getestet.de an vorderster Stelle anzusiedeln. „Diese Ergebnisse und natürlich die positiven Rückmeldungen, die wir regelmäßig von unseren Kunden bekommen, zeigen uns, dass wir in Sachen Entwicklung den richtigen Weg gehen“, sagt Joosten Brüggemann, Geschäftsführer der Bünting E-Commerce GmbH & Co. KG, die den Onlineshop betreibt.

Um künftig noch mehr potenzielle Kunden zu erreichen, setzt myTime.de neben innovativen Marketingmaßnahmen auch auf Kooperationen. „Vernetzung ist alles im Netz“, so Joosten Brüggemann, der mit cookbutler.de und kochbar.de die idealen Partner für sein Angebot gefunden hat. „Die Zusammenarbeit mit Rezeptportalen und -dienstleistern gibt uns die Möglichkeit, Kunden zu treffen, die sich zum einen mit Lebensmitteln auseinandersetzen und gleichzeitig einen hohen Sortimentsanspruch haben, den wir mit myTime.de optimal bedienen können.“

myTime.de stellt sich aber nicht nur auf die ernährungsbewusste Familie oder den Manager mit kleinem Einkaufszeitfenster ein, sondern nimmt zunehmend das B-to-B-Geschäft ins Visier. Zusätzliche Sortimente, Großgebinde und spezielle Konditionen sind Schritte auf diesem Weg. „Die ersten Erfolge haben sich bereits eingestellt“, betont Joosten Brüggemann. So plant myTime.de Belieferung von Franchisenehmern einer nationalen Bäckereikette auf Einzelstandortbasis, die Versorgung von 130 Standorten einer Norddeutschen Landesbank, sowie die bundesweite Belieferung von 40 Blutspendezentren mit Obst, Gemüse und Cerealien.

Wie schon beim Launch von mytime.de im Jahr 2012 setzt die Bünting E-Commerce auch bei der Ausweitung der Kundenzielgruppen inklusive entsprechender Serviceleistungen darauf, frühzeitig die Nischen und Potenziale, die der wachsende Lebensmittelonlinehandel bietet, zu besetzen und zu nutzen. „Der Lebensmittelonlinehandel bietet nach wie vor großes Potenzial und wird sich in den kommenden Jahren immer schneller weiterentwickeln. Wer in diesem Markt langfristig bestehen will, muss daher heute schon die Lösungsansätze für die Ansprüche von morgen im Kopf haben.“

08.09.2014

BÜNTING STELLT MINIPREIS MÄRKTE AUF COMBI UM

Am Ende sollen alle Standorte umgestellt sein[mehr]

Leer im Septer **angenen Jahr**
sukzessive ang **d sie für die**

Zukunft nachhaltig aufzustellen. Vor gut einem Jahr übernahm die Bünting Unternehmensgruppe die Minipreis Märkte von der Klingenthal Gruppe und führt sie heute unter der Verbrauchermärkte Salzkotten GmbH & Co. KG. Die Entscheidung zur Übernahme und der damit verbundenen Expansion fiel wohlüberlegt. „Minipreis hat aufgrund seiner Unternehmenskultur, der Positionierung und des Vertriebsgebietes von Anfang an sehr gut zu uns gepasst", betont Manfred Neumann, Vorstandsvorsitzender der Bünting Unternehmensgruppe. In den vergangenen Monaten wurden die Minipreis Märkte sukzessive in die Bünting Gruppe integriert und an das ohnehin ähnliche Verbrauchermarktkonzept von Combi angepasst. Sortimentsumstellungen sowie die Anpassung des Corporate Designs sind inzwischen abgeschlossen. „Wir sind mit der Maßgabe angetreten, die Standorte weiter zu entwickeln und für die Zukunft nachhaltig aufzustellen. Darum haben wir an allen Standorten investiert", so Manfred Neumann. Beide Seiten hätten im Zuge der Integration voneinander gelernt und profitiert. Mitarbeiter und Kunden hätten die bisherigen Maßnahmen durchweg positiv aufgenommen. Auf dem Weg der kontinuierlichen Weiterentwicklung folgt nun der nächste Schritt: die Umstellung der Minipreis Märkte auf Combi. „Die namentliche Zusammenführung zweier Vertriebsschienen, die derart ähnlich sind, ist im Sinne einer durchdachten und wirtschaftlich nachhaltigen Unternehmensführung die richtige Entscheidung", erklärt Manfred Neumann. „Wir haben uns bewusst für eine schrittweise Anpassung entschieden, um die Individualität der einzelnen Standorte zu wahren und eine Umgewöhnungsphase für Mitarbeiter und Kunden zu schaffen. In Sachen Sortiment und Marktgestaltung sind die Kunden bereits weitgehend an den Combi-Standard gewöhnt. Die Namensänderung macht dies nun nach Außen sichtbar." Nachdem der Markt in Scherfede Ende Juli den Anfang gemacht hatte, folgten im August Beckum und Warburg sowie im September Borchen und Büren. Nach und nach soll so aus allen Minipreis Filialen ein Combi Markt werden. Combi als Vertriebsgesellschaft der Bünting Unternehmensgruppe ist als Marke gefestigt und steht seit mehr als 40 Jahren für Qualität, Frische und Service im gesamten Nordwesten Deutschlands. Von diesem Image sollen künftig auch die Minipreis Standorte profitieren. „Wir können uns so noch besser am Markt positionieren und die Standorte werden gestärkt. Das führt auch zu einem langfristigen Erhalt der Arbeitsplätze in der Region", so Manfred Neumann.

01.09.2014

BÜNTING ÜBERNIMMT JIBI ZUM 1. JANUAR 2015

Leeraner Handelskonzern weitet Vertriebsgebiet im Süden aus[mehr]

Leer, im September 2014 – Die Zustimmung des Kartellamtes steht noch aus. Insgesamt 88 Standorte sowie die Verwaltung in Bielefeld wandern unter das Dach der Unternehmensgruppe.

Nachdem die Bünting Unternehmensgruppe im vergangenen Jahr mit der Übernahme der Minipreis Märkte das Vertriebsgebiet bereits ausgeweitet hatte, expandiert der Leeraner Handelskonzern nun erneut in Richtung Süden. Zum 1. Januar 2015 übernimmt Bünting – die noch ausstehende Zustimmung des Bundeskartellamtes vorausgesetzt – die Jibi Handel GmbH & Co. Insgesamt 88 Filialen sowie die Zentralverwaltung in Bielefeld wandern unter das Dach der Bünting Unternehmensgruppe. Jibi wird dabei allerdings nicht in eine der anderen Vertriebsgesellschaften integriert, sondern bleibt als eigene Gesellschaft innerhalb der Gruppe bestehen mit Bünting als neuer Gesellschafterin. „Wir sind überzeugt, dass dies im Sinne einer durchdachten und

wirtschaftlich [illegible] umann,
Vorstandsvors[illegible]

Mit 88 Märkten und mehr als 2.000 Mitarbeitern ist Jibi nur wenig kleiner als die konzeptionell ähnliche Bünting Vertriebslinie Combi. Eine Verbindung zwischen der Bünting Unternehmensgruppe und der Jibi Handel GmbH & Co. besteht bereits seit mehr als zehn Jahren in Form einer Einkaufskooperation. „Diese langjährige und zuverlässige Zusammenarbeit bildet eine hervorragende Basis für die künftigen gemeinsamen Aufgaben. Dabei ist es uns wichtig, Jibi auch nach der Übernahme in ihrer Ausrichtung eigenständig zu erhalten und den Charakter des Unternehmens fortzusetzen. Daher integrieren wir Jibi nicht in eine unserer bestehenden Vertriebslinien, sondern treten mit Bünting als Gesellschafterin in die Jibi Handel GmbH & Co. ein."

Für die Bünting Unternehmensgruppe bedeutet die Übernahme nicht nur strategisches Wachstum sowohl im Nordwesten Deutschlands als auch in der Branche: „Wir können uns so noch besser am Markt positionieren. Die Gruppe insgesamt, aber auch die einzelnen Standorte werden gestärkt. Das führt nicht zuletzt zu einem langfristigen Erhalt der Arbeitsplätze in unserer Vertriebsregion."

Jibi passt nicht nur in Bezug auf das Vertriebsgebiet – es gibt wenig Überschneidungen mit bestehenden Standorten –, sondern auch wegen der ähnlichen Unternehmensphilosophien gut zur Bünting Unternehmensgruppe. Im Sinne des Unternehmensgrundsatzes „Zukunft wagen und gewinnen" tritt Bünting auch bei der Jibi-Übernahme mit der Maßgabe an, die vorhandenen Potenziale des Unternehmens und der Standorte zu nutzen und weiterentwickeln. „Die Jibi Handel GmbH & Co. samt ihrer Märkte soll in ihrer Wettbewerbsfähigkeit gefestigt werden, um für die Zukunft bestens aufgestellt zu sein."

04.08.2014

COMBI ERLEBNISWELT IN HAMM: LEBENSMITTELMARKT MIT PILOT-CHARAKTER

Konzept mit Fokus auf Qualität, Frische und Convenience[mehr]

Leer/Hamm, im August 2014 – Am 22. Mai eröffnete der Markt im Quartier Paracelsus-Park erstmals seine Türen für die Kunden. Auf 1.600 Quadratmetern werden dort viele Aspekte des „Innenstadt-Konzeptes" umgesetzt. Dabei bleibt Combi seinem Grundcharakter treu. „Die Combi-Erlebniswelt hat seit ihrer Eröffnung eine positive Entwicklung genommen", zieht Stefan Tenk, Geschäftsführer der Combi Verbrauchermarkt Einkaufsstätte GmbH & Co. KG ein Resümee nach den ersten Wochen. Am 22. Mai hatte Combi mit der Erlebniswelt den zweiten Markt in Hamm eröffnet. Bereits seit März 2013 ist die Vertriebsgesellschaft der Bünting Unternehmensgruppe mit einem Combi Markt in Hamm-Herringen ansässig. Mit dem zweiten Standort im Quartier Paracelsus-Park, einem Areal gegenüber der Hochschule Hamm-Lippstadt, auf dem in den kommenden Monaten und Jahren ein Technologiepark, ein Sudentenwohnheim und diverse hochwertige Eigenheime entstehen sollen, geht Combi in Sachen Ladenbau, Sortiment und Service neue Wege. Das Gebäude, wurde – wie das gesamte Quartier Paracelsus-Park vom Architekten Frank Degener und seiner Partnerin Dr. Ulrike Hesse entworfen. „Wir sind froh, dass wir uns in so einem qualitätsvollen städtebaulichen Erscheinungsbild präsentieren können und einen Beitrag zur optimalen infrastrukturellen Ausrichtung leisten." Aufgrund der Lage in unmittelbarer Nähe zur Hochschule, zu diversen Behörden und Gerichten sowie dem

Kurbereich Bac t anders
gesetzt als in c nente war die
Zielsetzung bei der Gestaltung der 1.600 Quadratmeter großen Verkaufsfläche. „In der Combi Erlebniswelt bieten wir Sortimente und Services, die auf die Bedürfnisse der „klassischen“ Combi Kunden ebenso optimal zugeschnitten sind wie auf die von Studenten und Berufstätigen mit wenig Zeit. Und auch anspruchsvollen Kunden mit besonderen Wünschen werden wir gerecht.“ Beim Farbkonzept und der Optik der Bedienbereiche – mit warmen Tönen statt kühler Kacheln – bleibt Combi seinem Designstil treu. Darüber hinaus stehen hochwertiger Ladenbau und feine Materialien in edler Optik im Fokus der Gestaltung. Bewährte Elemente wie die komfortable Kassenzone, die beim Neubau in der Bremer Heerstraße in Oldenburg erstmal eingesetzt wurde, sowie das Kundenleitsystem finden sich auch in Hamm. Dennoch hat die Combi Erlebniswelt Pilotcharakter. Denn im Markt im Paracelsus-Park werden viele Elemente des Innenstadt-Konzeptes, das Combi entwickelt hat, erstmals umgesetzt. Das rund 20.000 Artikel umfassende Sortiment der Combi Erlebniswelt bietet neben Produkten eines klassischen Verbrauchermarktes mit einer großen Auswahl an Markenartikeln ebenso wie Mittelpreissegment und Preiseinstiegsprodukten auch ausgewählte Feinkost, hochwertige Spezialitäten und ein großes Angebot im Bereich der frisch hergestellten Convenience-Produkte von selbstgemachten Säften und Smoothies, bis hin zu einer großen Dessertauswahl inklusive einer Salatbar. Die Eigenmarken „NaturWert“, „San Louis“, „Küstengold“ und „Jeden Tag“ gehören selbstverständlich zum Portfolio. Spezialsortimente wie Reformhausartikel, Fair-Trade-Produkte und ein umfangreiches Bio-Sortiment werden ebenfalls angeboten.

Auch in der Combi Erlebniswelt bilden die Bedientheken das Aushängeschild. Um eine optimale Sortimentsbreite und -tiefe in allen Bedienbereichen zu schaffen, wurde die Käsetheke bewusst von den übrigen Bedientheken getrennt aufgebaut. Das umfangreiche Angebot an internationalen Käsespezialitäten wird zudem um eine große Auswahl an Antipasti ergänzt. Neben den klassischen Bedienbereichen für Fleisch und Wurst, in denen in der Erlebniswelt auch diverse Spezialitäten wie Iberico Pata Negra Schinken, Bütnerfleisch sowie Südamerikanisches Rindfleich zu finden sind, gibt es in der Combi Erlebniswelt zusätzlich eine Frischfisch-Theke. „Um der Nachfrage der Kunden – insbesondere von denen mit wenig Zeit zum selber Kochen – gerecht zu werden, bieten wir auch eine große Auswahl an ready-to-cook und ready-to-eat Produkten an“, so Stefan Tenk. Aber das Konzept der Combi Erlebniswelt geht über das Einkaufen hinaus. Erstmals bietet Combi in Hamm eine hochmoderne Warm-Cooking-Station und einen Gastronomiebereich direkt im Markt. „Die Kunden können täglich aus verschiedenen Gerichten wählen. Und nicht nur das: Man kann sich sogar sein Stück Fleisch oder Fisch an der Theke aussuchen und es sich direkt von unserem Koch zubereiten lassen.“ Das umfangreiche Angebot der Combi Erlebniswelt wird – wie auch an den anderen Combi-Standorten üblich – durch Fachmieter ergänzt. Die örtliche Bäckerei Geping betreibt einen Backshop mit einem zirka 200 Quadratmeter großen Café im Innen- und Außenbereich. Auf eine klassische Vorkassenzone wurde in der Combi Erlebniswelt ganz bewusst verzichtet. „Um mehr Marktplatzcharakter zu schaffen, haben wir die Bäckerei in den eigentlichen Markt integriert und eine direkte Anbindung in die Obst- und Gemüseabteilung geschaffen.“ Service wird selbstverständlich auch in Hamm großgeschrieben. Die Marktinformation direkt im Eingangsbereich erfüllt dabei gleich mehrere Zwecke. Neben der Beantwortung von Kundenanfragen steuert Combi in der Erlebniswelt erstmals den separaten Verkauf von Tabak, Zeitschriften und Contentcards durch eigene Mitarbeiter und nicht über einen weiteren Fachmieter. Auch eine Lotto-Annahmestelle befindet sich dort. Insgesamt 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – alle aus Hamm – sind in der Combi Erlebniswelt beschäftigt und kümmern sich um die Bedürfnisse der Kunden. Die Belange von Senioren und Menschen mit Handicap wurden bei der Marktgestaltung besonders berücksichtigt. Breite und übersichtliche Gänge, spezielle Einkaufswagen sowie Parkplätze direkt vor dem Eingang sorgen für einen barrierefreien Einkauf.

„Selbstverstän n
Kundenbindun ı Bau der
Combi Erlebniswelt eine tragende Rolle gespielt. Geschlossene Kühlmöbel sorgen für eine Energieeinsparung von mindestens 25 Prozent. Außerdem wurde die gesamte Marktbeleuchtung in LED-Technik ausgeführt. Combi – „Immer eine Frische voraus“: Die über 70 Combi-Verbrauchermärkte von der Nordsee bis ins Münsterland sind positioniert als Nahversorger und liegen in besten wohn- und verkehrsintegrierten Lagen. Auf den Verkaufsflächen von 1.800 bis 3.000 qm bilden Lebensmittel und Frischeartikel den Schwerpunkt. Entsprechend dem Slogan überzeugt Combi durch Warenvielfalt, Qualität, Frische, Service und Preisvorteile. Erweitert wird das umfangreiche Warenangebot mit leistungsstarken Fachmietern, wie Backshops, Blumengeschäften, Tabakshops, Postagenturen und Toto-/Lotto-Annahmestellen. Zusätzlich bietet Combi seinen Kunden einen Ernährungsservice. Die Combi-Ernährungsberaterinnen veranstalten in regelmäßigen Abständen Aktionen in den Märkten oder beantworten per Mail oder Telefon alle Fragen rund um die Ernährung. Kontakt Ernährungsservice: Tel: 0491/808-940 (mittwochs 14 bis 17 Uhr), E-Mail: ernaehrung@combi.de.

01.08.2014

BÜNTING TEE WILL NATIONALE POSITION AUSBAUEN

Ostfriesen wollen langfristig Nummer drei im Tee-Markt werden[mehr]

Leer, im August 2014 – Der Markenartikler ist bereits Marktführer im Teetrinkergebiet. Qualität und die Verbindung von Tradition und Moderne prägen den Geist des Unternehmens. Im Herbst kommt eine neue Produktrange im Segment Kräuter- und Früchtetee auf den Markt.

„Wir sehen Raum für eine dritte nationale Kraft im Tee-Vollsortiment“, sagt Stefan Punke, Geschäftsführer des Bünting Teehandelshauses und eröffnet damit die Expansionspläne des Unternehmens.

Im Jahr 1806 legte der Firmengründer Johann Bünting mit seinem Kolonialwarenladen in der Leeraner Altstadt den Grundstein für den heutigen Handelskonzern. Mit einem Firmensitz in der Teehochburg der Welt – Ostfriesen trinken im Durchschnitt 300 Liter Tee pro Kopf und Jahr und liegen damit sogar noch vor den Engländern – gehörte Tee im Hause Bünting von Beginn an fest ins Sortiment. Als ältestes Privat-Teehandelshaus Ostfrieslands verfügt Bünting über mehr als 200 Jahre Teekompetenz. Das Bünting Teehandelshaus bildet heute gleichermaßen die Urzelle und Speerspitze des Handelskonzerns und ist als eine von insgesamt sieben Vertriebsgesellschaften Teil einer starken Gruppe.

Tee ist in Ostfriesland und insbesondere im Hause Bünting allerdings nicht nur ein Produkt, sondern auch eine Tradition, die es zu pflegen gilt. „Wir nehmen uns Zeit für unseren Tee“, sagt Stefan Punke. „Zeit zum Tee trinken und Zeit zum Tee machen.“ Diese Aussage spiegelt auch den Unternehmensgeist wider, der im Bünting Teehandelshaus gelebt wird. Schon beim Einkauf der Rohwaren bestimmen persönliche Kontakte und die bevorzugte Auswahl von Teegärten, die UTZ oder ETP zertifiziert sind, sowie natürlich die passende und hochwertige Qualität der einzelnen Teesorten die Beschaffung. Die hauseigenen Teetester übernehmen dabei nicht nur die umfangreiche Verprobung und Bewertung der Rohware, sie sind auch die Komponisten des guten Geschmacks von Bünting Tee. Sie kreieren neue Sorten und überprüfen den Geschmack jeder Mischung, bevor

sie in die Abfü ellen
Studiengang. D n langjährigen
Prozess von Teetestergeneration zu Teetestergeneration weitergegeben.

Die Arbeit in der Produktion entspricht dem Vorbild einer Manufaktur. Vollautomatische Maschinen gehören bei einer Produktionsmenge von 700 Tonnen Tee pro Jahr zwar dazu, viele Schritte werden aber auch in Handarbeit erledigt. Ein umfangreiches Qualitätsmanagement und seit mehr als 15 Jahren regelmäßige Zertifizierungen der Produktion – zuletzt die Bewertung mit dem IFS Standard Food Version 7 – sichern eine gleichbleibend hohe Qualität bei Bünting Tee. Dabei hat das Teehandelshaus auch das Thema Nachhaltigkeit im Blick. Die Teebeutel werden beispielsweise verknotet und nicht geklammert. Der Karton wird aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. In der Produktionsstätte in Nortmoor, die im Jahr 2011 in Betrieb genommen wurde und u der auch ein modernes Besucherzentrum gehört, werden seit Ende vergangenen Jahres neben Schwarzteemischungen auch die Kräuter- und Früchtetees abgefüllt. „Wir haben diesen Bereich an unserem Produktionsstandort integriert und damit in die eigenen Hände genommen, um die optimale Qualität unserer Produkte garantieren zu können“, erklärt Stefan Punke.

Im Teetrinkergebiet ist Büning Marktführer sowie nationaler Marktführer im Bereich Schwarztee auf Mengenbasis. Zum Portfolio gehören neben traditionellen Schwarztees aber auch Grüner Tee, Kräuter- und Früchtetees, eine Bio-Range sowie moderne Lifestyle-Tees. Insgesamt umfasst das Sortiment rund 75 Artikel. „Bei Bünting kaufen die Kunden aber nicht allein einen sehr guten Tee, sondern auch das Vertrauen, das mit dem Familienunternehmen Bünting seit über 200 Jahren verbunden ist. Diese Verbindung einer bekannten, vertrauenswürdigen Marke und gutem Tee ist für die Verbraucher sehr wichtig“, weiß Stefan Punke.

Das Distributionsgebiet von Bünting Tee hat seinen Schwerpunkt derzeit im Nordwesten Deutschlands. Aber auch in anderen Regionen wie zum Beispiel in den Ballungsräumen Berlin und München ist Bünting Tee in den Regalen des Handels vertreten. Neben Listungen bei den Vertriebsgesellschaften und Partnern der Bünting Unternehmensgruppe gibt es Bünting Tee bei weiteren großen stationären Handelsketten wie zum Beispiel bei Edeka, Rewe, Real, Kaufland, Tengelmann, Coop Kiel, Globus, usw. Darüber hinaus ist Bünting Tee auch im Internet erhältlich. Nicht nur im eigenen Onlineshop unter www.buenting-tee.de, sondern auch auf weiteren Plattformen wie zum Beispiel myTime.de und Amazon.

„Den Großteil unseres Geschäftes machen wir derzeit mit Schwarztee, was natürlich unseren ostfriesischen Wurzeln geschuldet ist. Hier haben wir die größten Wachstumsraten außerhalb des Teetrinkergebietes mit unserem neu eingeführten Original Ostfriesentee. Im Bereich Kräuter- und Früchtetee wächst unsere Bio-Range am stärksten. Den Bereich Kräuter- und Früchtetee haben wir in den vergangenen Jahren stetig ausgebaut und wollen hier auch weiterhin investieren“, gibt Stefan Punke einen Einblick in die aktuellen Geschäfte. Die Ziele, die sich Bünting Tee gesteckt hat, sind klar definiert: „Wir wollen als national distribuierter Markenartikler langfristig die Nummer drei im Teemarkt werden. Wir streben zweistellige Wachstumsraten an. Außerdem wollen wir unsere Markenbekanntheit sowie die Käuferreichweite steigern und das Exportgeschäft ausbauen.“ Anfänge in dieser Richtung werden schon beim Blick auf das vergangene Jahr erkennbar. „Wir haben unseren Marktanteil gesteigert und sind im vergangenen Jahr entgegen dem allgemeinen Trend überproportional gewachsen“, resümiert Stefan Punke.

Um einen langfristigen und nachhaltigen Erfolg zu sichern wird die Expansion sorgfältig geplant. Zunächst gab

es Organisatio Ressourcen
und Kompeten inung

Rechnung tragen sollen. Um den Trend im Teemarkt und den Geschmack der Kunden optimal zu treffen, dient eine mehrstufige Marktforschung als Grundlage. „Wir wollen unser eigenes Profil schärfen und ausbauen. Eine me-too-Strategie in der wir die großen Teeanbieter kopieren, kommt für uns nicht in Frage“, stellt Stefan Punke klar.

Vor allem die Kompetenz im Segment Kräuter- und Früchtetee will Bünting Tee weiter ausbauen. Im Herbst kommt eine neue Produktrange mit fünf Sorten auf den Markt. Mit den „Blütentees“ bietet Bünting Tee ein neues Geschmacksprofil innerhalb des Marktes und verspricht sich eine hohe Konsumentenakzeptanz und Kaufbereitschaft. Als Testimonial für die „Blütentees“ konnte Bünting Tee die Sterneköchin Cornelia Poletto gewinnen.

01.07.2014

MYTIME.DE ERWEITERT ZUSTELL-LOGISTIK

Neben DHL Paket und DHL Express nun auch DPD aufgeschaltet[mehr]

Leer im Juli 2014 – Der internationale Paket- und Expressdienstleister DPD ergänzt die bestehenden Frachtführer bei den Frische- und Tiefkühlzustellungen. myTime.de liefert bundesweit aus einem Sortiment von rund 32.000 Artikeln.

Ab dem 1. August 2014 können die Kunden des Lebensmittel-Onlineshops myTime.de deutschlandweit einen weiteren Frachtführer für den Versand ihrer Pakete wählen. Zusätzlich zum Logistikpartner DHL, der über DHL Paket und DHL Express die myTime.de-Pakete an die Haustüren der Kunden liefert, ergänzt jetzt der Paketdienst DPD das Portfolio.

Die DPD wird den Kunden als zusätzliche Alternative für die Frische- und Tiefkühlbestellungen angeboten und liefert in exakten Zeitfenstern, so dass Kunden die Lieferung optimal in ihren Alltag einpassen können. „Wir reagieren damit auf die steigende Nachfrage nach frischen und gekühlten Bestellungen“, sagt Joosten Brüggemann, Geschäftsführer der Bünting E-Commerce, die den Lebensmittel-Onlineshop betreibt.

Seit 2012 liefert myTime.de bundesweit aus einem Sortiment mit 32.000 Artikeln von Obst und Gemüse über Tiefkühlware, Getränke und Drogerieartikel bis hin zu Babynahrung und Non-Food-Produkten. Damit gehört myTime.de zu den größten Anbietern von Lebensmitteln im Netz. Laut einer aktuellen Studie der Fittkau und Maaß Consulting ist myTime.de der Shop mit der höchsten Stammkunden- und Wiederkaufsquote. „Rund 55 Prozent der Erstkäufer werden bei uns zu Stammkunden“, freut sich Joosten Brüggemann. „Die positive Entwicklung zeigt, dass wir den richtigen Schritt zur richtigen Zeit gemacht haben.“
Beim Lebensmittel-Onlinehandel setzt die Bünting Unternehmensgruppe nicht nur auf Innovation, sondern auch auf das Zusammenwirken vorhandener Kompetenzen. Die Bünting E-Commerce liefert das Know how in Bezug auf Logistik und Kommissionierung. In der Zusammenstellung des myTime.de-Sortiments wird die breite Lebensmittel-Kompetenz des Handelsunternehmens Bünting genutzt. Seit dem vergangenen Jahr betreibt die

Bünting Unter Quadratmeter

00

Der Versand von Lebensmitteln ist eine der größten Herausforderungen im Online-Handel. Ausgefeilte, größtenteils selbst entwickelte Systeme für Lagerung, Kommissionierung, und Versand sorgen bei myTime.de dafür, dass die Ware gut gekühlt und unversehrt beim Kunden ankommt. „Besonders die Einhaltung der vorgeschriebenen Kühlketten und die garantiert richtige Temperatur im Paket erfordern strenge Richtlinien und Kontrollen und ein gut durchdachtes Kühlsystem." Extra-dicke Styroporboxen sowie eine vorgeschriebene Menge und Platzierung von Kühlpads sorgen für eine durchgehende Kühlung und gleichmäßige Temperaturen im gesamten Paket. Dank eines ressourcenschonenden Pfand- und Rücknahmesystems für Versandboxen, Kühlpads und Verpackungsmaterial entsteht zu Hause beim Kunden kein unnötiger Abfall.

Auch für die Zukunft sieht Joosten Brüggemann myTime.de gut aufgestellt. „Wir sind mit der aktuellen Entwicklung sehr zufrieden, müssen aber auch weiterdenken. Darum rollen wir den B to B-Service mit neuen Sortimenten weiter aus, um Kleingewerbe und die Dienstleistungsbranche bedienen zu können. Hier entwickelt sich ein interessanter Markt."

01.05.2014

KOMPETENZ UND KUNDENNÄHE

Telepoint in Hameln setzt auf Service und Sortiment[mehr]

Leer/Hameln, im Mai 2014 – Fachmarktleiter Michael Pracht und sein Team bieten auf 2.400 Quadratmetern die gesamte Bandbreite der Consumer Elektronik und Haustechnik an. Am 16. Mai um 6 Uhr öffnen sich erstmals die Türen für die Kunden.

Telepoint in Hameln macht Technik nicht nur einfach einfach. Telepoint in Hameln macht Technik erlebbar. Auf einer Verkaufsfläche von 2.400 Quadratmetern finden die Kunden ab dem 16. Mai in dem Elektronikfachmarkt an der Marienthaler Straße 2, alles vom neuesten Smartphone bis hin zum smarten TV-Gerät und vom Induktionsherd bis hin zur komplett geplanten Küche.

Fachmarktleiter Michael Pracht macht keinen Hehl aus den Mitbewerbern im Netz. Doch er weiß genau, wie Telepoint gegenüber dem Internet punktet: „Wir bieten persönliche, kompetente Beratung und ein umfassendes Servicepaket." Die Mitarbeiter in seinem 26-köpfigen Team sind allesamt Fachleute auf ihrem Gebiet, stammen Großteils aus Fachbetrieben der Region.

Telepoint stellt bewusst nicht den Preiskampf in den Fokus, sondern setzt auf Kundennähe und das „Erlebnis" Technik. Der Markt in Hameln zeichnet sich durch seine Wohlfühlatmosphäre aus: Regale in Holzoptik, eine TV-Lounge und ein hochmodernes HiFi-Studio, in dem hochwertige Soundanlagen direkt und im Vergleich getestet werden können. Auch im Bereich Klein- und Großelektro dominiert ansprechende

Sortimentsges Computer, Telekommunik chrank und Waschmaschine. Eine Besonderheit in Hameln: Kunden können hier im Telepoint-Markt nicht nur Geräte für ihre Küche kaufen, sie können sich gleich eine komplette Küche planen lassen. Dazu arbeitet Telepoint mit dem Anbieter DYK 360 – kurz für: Design your kitchen – zusammen, der unter anderem drei Musterküchen im Markt aufgebaut hat. Außerdem sind Wohnwände der Firma Hattendorf im Angebot, die sich durch ein spezielles System ganz individuell zusammenstellen lassen.

Hinzu kommt ein vollumfängliches Servicepaket Die Fachleute von Telepoint liefern die Geräte mit eigenen Fahrzeugen aus und stellen sie beim Kunden auf oder bauen sie ein – fachgerechter Anschluss und Installation selbstverständlich inbegriffen. Altgeräte werden auf Wunsch mitgenommen und fachgerecht entsorgt. Darüber hinaus bietet das Telepoint-Service-Team vor-Ort-Hilfe und -Beratung sowie die Installation von Heimnetzwerken an. Weitere Dienstleitungen sind Datenrettung/-löschung, SAT-Anlagen-Planung, Geräteschutzgarantie und Meisterwerkstatt.

Massenabfertigung von der Stange gibt es bei Telepoint nicht, sondern individuelle Beratung. Der Kunde und seine Wünsche stehen im Vordergrund. Sensible Themen, wie zum Beispiel eine Finanzierung, werden in einem separaten Raum besprochen. „Unser Maßstab heißt Kundenzufriedenheit durch Kundennähe. Damit wollen wir auch in Hameln punkten“, so Michael Pracht.

01.05.2014

COMBI ERLEBNISWELT: LEBENSMITTELMARKT MIT INNOVATIVEM KONZEPT

Markante Architektur, anspruchsvolles Design und vielseitiges Sortiment[mehr]

Leer/Hamm, im Mai 2014 – Am Donnerstag 22. Mai um 8 Uhr öffnet der Markt im Quartier Paracelsus-Park erstmals seine Türen für die Kunden.

Sie hat das gewisse etwas. Ein Satz, der ein gern gehörtes Kompliment für Frauen ist, trifft auch bei der Combi Erlebniswelt im Paracelsus Park in Hamm genau ins Schwarze. Markante Architektur gepaart mit anspruchsvollem Design und einem vielseitigen Sortiment für alle Ansprüche sind die Attribute, die den neuen Verbrauchermarkt an der Marker Allee auszeichnen. Organisch geformt und mit viel Glas glänzt das innovative Gebäude das vom Architekten Frank Degener und Dr. Ulrike Hesse entworfen wurde.

Mit der Erlebniswelt eröffnet Combi bereits den zweiten Markt in Hamm. Im März vergangenen Jahres öffnete im Stadtteil Herringen ein Combi Verbrauchermarkt. Die Schwerpunkte an der Marker Allee sind bewusst anders gesetzt: „In der Combi Erlebniswelt bieten wir Sortimente und Services, die auf die Bedürfnisse von Studenten und Berufstätigen mit wenig Zeit ebenso optimal abgestimmt sind, wie auf die Bedürfnisse anspruchsvoller Kunden mit besonderen Wünschen“, sagt Combi-Geschäftsführer Stefan Tenk.

Einkaufsatmosphäre mit Erlebniskomponente war die Zielsetzung bei der Gestaltung der 1.600 Quadratmeter großen Verkaufsfläche. Hochwertiger Ladenbau und feine Materialien in edler Optik, sind nur einige

Bestandteile. n Kacheln und
eine komfortal Überblick
über die Sortimente und erspart den Kunden lange Wege.

Rund 20.000 Artikel umfasst das Sortiment der Combi Erlebniswelt und bietet dabei eine große Auswahl an Markenartikeln ebenso wie das Mittelpreissegment und Preiseinstiegsprodukte. Neben dem klassischen Sortiment eines Verbrauchermarktes von Brot, Molkereiprodukten und Tiefkühlpizza über Konfitüre, Getränke und Chips bis hin zu Haushaltswaren und Zeitschriften bietet die Combi Erlebniswelt ein breites Angebot hochwertiger Spezialitäten. Dazu gehören Bio-Produkte der hauseigenen Marke „NaturWert", frisch hergestellte Convenience Produkte wie Salate, Wraps und Desserts. Das Aushängeschild eines jeden Combi-Marktes sind die Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse. In der Combi Erlebniswelt werden diese durch eine Frischfischtheke sowie eine Bedienwelt für Antipasti und Salate ergänzt.

Aber nicht nur das Einkaufen für die Zubereitung und den Verzehr zu Hause ermöglicht die Combi Erlebniswelt. Wer mag, kann beispielsweise sein Mittagsmenü direkt vor Ort genießen. Eigens dafür wurde eine Warm-Cooking-Station eingerichtet. Koch Martin Seiboth bereitet hier täglich verschiedene Gerichte frisch zu. Für ein Feeling fast wie im Restaurant sorgt die ansprechend gestaltete Gastronomiefläche.

Insgesamt 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – alle aus Hamm – werden in der Combi Erlebniswelt beschäftigt sein. Die Ziele sind klar formuliert: „Wir möchten, dass sich die Kunden bei uns Wohlfühlen." Deren Bedürfnisse stehen bei Combi stets im Fokus. So bietet die Combi Erlebniswelt nicht nur zahlreiche Serviceleistungen wie Einkaufsgutscheine, Präsentkörbe, Verpackungs- und Plattenservice, sondern berücksichtigt besonders auch die Bedürfnisse von Senioren und Menschen mit Handicap. Breite und übersichtliche Gänge, Ruhebänke im Markt, spezielle Einkaufswagen sowie Parkplätze direkt vor dem Eingang sorgen für einen barrierefreien Einkauf. „Wir wollen Kundenbindung durch Kundennähe erreichen", so Stefan Tenk.

An der Kundeninformation direkt im Eingangsbereich des Marktes werden alle Fragen der Kunden freundlich beantwortet oder auch Anregungen entgegengenommen. Außerdem befindet sich hier die Toto-/Lotto-Annahmestelle und auch Zeitschriften können hier erworben werden.

Das umfangreiche Angebot der Combi Erlebniswelt wird ergänzt durch die Bäckerei Geiping, die in der Vorlassenzone einen Backshop mit Cafébereich betreibt und eine große Auswahl an Brot und Backwaren bietet.

01.04.2014

MYTIME.DE: MIT SYSTEM ZUM ERFOLG

Lebensmittel-Onlineshop der Bünting Unternehmensgruppe besteht zwei Jahre[mehr]

Leer im April 2014 – Mehr als 32.000 Artikel gehören zum Sortiment. Geschäftsführer Joosten Brüggemann ist mit der Entwicklung des Shops sehr zufrieden. Die Wiederkaufsrate liegt bei 50 Prozent.

Getreu dem M die Bünting Unternehmensgruppe vor zwei Jahren mit myTime.de den ersten Lebensmittel-Onlineshop basierend auf dem stationären Handel ans Netz. „Der Onlinehandel – auch mit Lebensmitteln – bietet große Entwicklungschancen, darum wollten wir uns frühzeitig in diesem Feld positionieren“, erklärt Joosten Brüggemann, Geschäftsführer der Bünting E-Commerce GmbH. Ein Wagnis mit Gewinn: Die Bestellzahlen seigen stetig. Rund 50 Prozent der Erstkäufer werden zu Stammkunden bei myTime.de. Die Hauptabsatzgebiete sind derzeit Metropolen und der sehr ländliche Raum. „Die positive Entwicklung von myTime.de zeigt, dass wir den richtigen Schritt zur richtigen Zeit gemacht haben“, so Joosten Brüggemann.

Beim Lebensmittel-Onlinehandel setzt die Bünting Unternehmensgruppe nicht nur auf Innovation, sondern auch auf das Zusammenwirken vorhandener Kompetenzen. Die Bünting E-Commerce liefert das Know how in Bezug auf Logistik und Kommissionierung. In der Zusammenstellung des myTime.de-Sortiments wird die breite Lebensmittel-Kompetenz des Handelsunternehmens Bünting genutzt. Seit dem vergangenen Jahr betreibt die Bünting Unternehmensgruppe in Oldenburg ein eigenes Logistikzentrum für myTime.de. Auf 6.500 Quadratmetern finden dort bis zu 40.000 Artikel Platz.

Der Versand von Lebensmitteln ist eine der größten Herausforderungen im Online-Handel. Ausgefeilte, größtenteils selbst entwickelte Systeme für Lagerung, Kommissionierung, und Versand sorgen bei myTime.de dafür, dass die Ware gut gekühlt und unversehrt beim Kunden ankommt. „Besonders die Einhaltung der vorgeschriebenen Kühlketten und die garantiert richtige Temperatur im Paket erfordern strenge Richtlinien und Kontrollen und ein gut durchdachtes Kühlsystem.“ Extra-dicke Styroporboxen sowie eine vorgeschriebene Menge und Platzierung von Kühlpads sorgen für eine durchgehende Kühlung und gleichmäßige Temperaturen im gesamten Paket. Dank eines ressourcenschonenden Pfand- und Rücknahmesystems für Versandboxen, Kühlpads und Verpackungsmaterial entsteht zu Hause beim Kunden kein unnötiger Abfall.

Geliefert wird mit dem Logistikpartner DHL bundesweit am nächsten Tag oder zum Wunschtermin. Während die Same-Day-Lieferung bei der durchschnittlichen Warenkorbgröße – die Durchschnittsbons bewegen sich Richtung 70 Euro – kaum eine Rolle spielt, nimmt die Nachfrage bei der Feierabendzustellung stark zu. Diese Option bietet myTime.de in Zusammenarbeit mit DHL Kurier inzwischen in neun deutschen Städten an. Zuletzt kamen Düsseldorf, Hamburg, Bremen und Hannover dazu. „Diesen Service rollen wir noch weiter aus“, betont Joosten Brüggemann.

Seit dem Launch im Jahr 2012 hat myTime.de sein Sortiment kontinuierlich erweitert. Inzwischen sind rund 32.000 Artikel im Angebot, darunter auch viele Spezialsortimente beispielweise Bio-Produkte, Getränkespezialitäten und diätische Lebensmittel wie Weight Watchers. Auch für die Zukunft sieht Joosten Brüggemann myTime.de gut aufgestellt. „Wir sind mit der aktuellen Entwicklung sehr zufrieden, müssen aber auch weiterdenken. Darum rollen wir den B to B-Service mit neuen Sortimenten weiter aus, um Kleingewerbe und die Dienstleistungsbranche bedienen zu können. Hier entwickelt sich ein interessanter Markt.“

27.03.2014

TELEPOINT SYKE MIT TOLLEN ERÖFFNUNGSANGEBOTEN

Im Elektronik-I

Leer/Syke, 27. März 2014 – Geleitet wird das Geschäft von Harald Bergmann. Auf einer Verkaufsfläche von 1.500 Quadratmetern finden die Kunden ein umfangreiches Sortiment von Smartphones bis zum smarten Fernsehgerät.

Am Donnerstag, 27. März, um 8 Uhr öffneten sich für die Kunden erstmals die Türen des neuen Telepoint Marktes in Syke. Auf einer Verkaufsfläche von rund 1.500 Quadratmetern wird den Kunden ein umfangreiches Sortiment an Konsumelektronik- und Haustechnik geboten. Der Begriff Konsumelektronik umfasst dabei die Unterhaltungselektronik, Foto, PC-Multimedia, Telekommunikation, Entertainment sowie Batterien und Akkus. Unter den Begriff Haustechnik fallen die sogenannte weiße Ware mit Großelektro und Kleinelektro, Wellness-Sortimente und Leuchtmittel. Neben einer großen Auswahl an allen gängigen Marken steht das Erleben im Vordergrund. Das Marktkonzept enthält viele Elemente, die Technik erlebbar machen.

Neben attraktiven Ausstellungsflächen für Kühlschränke und Waschmaschinen wurden Erlebniswelten im Bereich Kleinelektro geschaffen. Getreu dem Motto „wir machen Technik einfach einfach“ wird dazu ein vollumfängliches Servicepaket angeboten: Die Fachleute von Telepoint liefern die Geräte mit eigenen Fahrzeugen aus und stellen sie beim Kunden auf oder bauen sie ein; fachgerechter Anschluss und Installation selbstverständlich inbegriffen. Altgeräte werden von den Kollegen auf Wunsch mitgenommen und fachgerecht entsorgt. Darüber hinaus bietet das Telepoint-Service-Team vor-Ort-Hilfe und -Beratung sowie die Installation von Heimnetzwerken an. Weitere Dienstleitungen sind Datenrettung/-löschung, SAT-Anlagen-Planung, Geräteschutzgarantie und Meisterwerkstatt. Durch regelmäßige Schulungen und Weiterbildungen sind die Mitarbeiter immer auf dem neuesten Stand.

Im Bereich Telekommunikation bietet der Telepoint Markt in Syke alle Netze von den original Netzbetreibern an. Über ein Terminal kann der Kunde zudem alle in Deutschland erhältlichen Telefon-Calling-Cards erwerben.

Fachmarktleiter im neuen Telepoint ist Harald Bergmann, der bereits über langjährige Erfahrungen im Unternehmen verfügt. Gemeinsam mit seinem 20-köpfigen Team wird er den Kunden in Syke nicht nur die aktuellsten Neuheiten auf dem Elektronikmarkt bieten, sondern vor allem Beratungskompetenz, Kundennähe und umfassenden Service.

Zur Eröffnung gibt es nicht nur tolle Angebote, die Mitarbeiter haben auch ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm organisiert. Ein Glücksrad mit attraktiven Gewinnchancen lockt ebenso wie das „Kunterbunte Spielmobil“ für die kleinen Kunden viel Abwechslung. Für Verpflegung ist mit einer Bratwurstbude und einem Getränkestand ebenfalls gesorgt.

01.01.2014

COMBI GEHÖRT ZU DEN BESTEN ARBEITGEBERN

Unternehmen schnitt in einer Umfrage von Focus sehr gut ab[mehr]

Leer, im Januar 2014 – Mehr als 800 Unternehmen aus 20 Branchen stehen im aktuellen Ranking der Zeitschrift. Bewertungen der Firmen waren über die Online-Plattformen Xing und kununu möglich. Im gerade

erschienenen S

Die Combi Verbrauchermarkt Einkaufsstätte GmbH & Co. KG gehört zu Deutschlands besten Arbeitgebern. Das ist das Ergebnis eines aktuellen Rankings der Zeitschrift Focus. Im gerade erschienenen Sonderheft Focus Spezial „Beste Arbeitgeber“ rangiert das Leeraner Handelsunternehmen – eine von sieben Vertriebsgesellschaften der Bünting Unternehmensgruppe – auf Platz 87. In der Branche Einzelhandel (ohne Bekleidung) und Handwerk/einzelhandelsnahe Dienstleistungen liegt Combi auf Platz 5. „Wir freuen uns sehr über diese Auszeichnung“, sagt Geschäftsführer Stefan Tenk. „Sie zeigt, dass der Weg, den wir eingeschlagen haben, der richtige ist.“ Bewertet wurden insgesamt mehr als 800 Unternehmen aus 20 Branchen.

Im Jahr 1971 begann die Erfolgsgeschichte von Combi mit dem ersten Geschäft in Esens. Heute betreibt Combi mehr als 70 moderne Märkte. „Unsere Mitarbeiter haben maßgeblichen Anteil an diesem Erfolg“, weiß Stefan Tenk. Als Tochtergesellschaft des Handelskonzerns Bünting kann Combi die Flexibilität und alle Vorzüge dieses gut aufgestellten mittelständischen Unternehmens nutzen.

Das beginnt bereits bei der Ausbildung. Mehr als 300 junge Menschen erlernen bei Combi einen Beruf: angefangen von Kaufleuten im Einzelhandel, über Fleischereifachverkäufer bis hin zum Handelsfachwirt und vielen weiteren. „Guten Nachwuchs für den Handel zu finden, ist heute keine leichte Aufgabe“, so Stefan Tenk. Dennoch setzt Combi auf den eigenen Nachwuchs. Ein Karriereweg vom Praktikanten zum Prokuristen ist dabei durchaus möglich.

Nicht nur in den Märkten versteht es Combi, sich durch die Fokussierung auf Frische und Bedienungsbereiche vom Wettbewerb abzusetzen. Auch im Bereich Mitarbeiterförderung werden individuelle Wege geboten. „Das Engagement im Bereich Aus- und Weiterbildung bedeutet für uns eine klare Investition in die Zukunft. Durch den Verbund mit der Bünting Unternehmensgruppe haben auch die Combi-Auszubildenden die Möglichkeit, das eigene Bünting-Lernmanagement-System zu nutzen. Darüber werden schulische Inhalte vertieft aber auch zusätzliche Lehrinhalte vermittelt werden. „Unsere Auszubildenden haben überdurchschnittliche Abschlussquoten und gehören regelmäßig zu den Besten in Landes- und Bundesleistungswettbewerben“, so Stefan Tenk. In der Bünting Unternehmensgruppe gilt zudem der Grundsatz „lebenslanges Lernen“. In diversen Qualifizierungsprogrammen können sich auch die Combi-Mitarbeiter weiterbilden. „Nur mit gut ausgebildeten Kräften lässt sich langfristiger Unternehmenserfolg sichern“, sagt Stefan Tenk.

Durch vielseitige Arbeitsfelder und Einsatzmöglichkeiten kann Combi auch flexibel auf die Bedürfnisse seine Mitarbeiter reagieren. „Wir wollen unsere Mitarbeiter langfristig beschäftigen. Das geht nur mit nachhaltiger Entlohnung und wertschätzendem Umgang“, weiß Stefan Tenk. Persönlicher Kontakt, flache Hierarchien und kurze Abstimmungswege sind für Combi dabei unerlässlich.

Für die Zukunft sieht der Geschäftsführer Combi gut aufgestellt. Auf bestehenden Erfolgen ruht man sich aber dennoch nicht aus. „Wir werden unser Filialnetz in den kommenden Jahren weiter ausbauen. Dafür brauchen wir fähige Mitarbeiter und Auszubildende, die Lust auf die Arbeit im Einzelhandel haben und das richtige Gespür für Markt und Kunden mitbringen. Die beruflichen Perspektiven sind gut.“

01.10.2013

NEUER COMBI MARKT CUXHAVEN ERÖFFNET

Große Auswahl und bester Service auf 2.000 Quadratmetern[mehr]

Cuxhaven im Oktober 2013 – An der Brockeswalder Chaussee 52 ist ein Nahversorgungszentrum entstanden. Am 31. Oktober um 8 Uhr öffnen sich erstmals die Türen für die Kunden. Zur Eröffnung gibt es nicht nur zahlreiche Angebote, sondern auch Aktionen für große und kleine Kunden.

Mit seiner markanten Architektur fällt der Combi-Markt an der Brockeswalder Chaussee 52 sofort ins Auge. Besonders im Dunkeln, wenn die stilvolle Beleuchtung der Fassade zur Geltung kommt, ist das Gebäude ein echter Blickfang. Der Standort in Cuxhaven ist der insgesamt 73. Combi-Markt im Nordwesten Deutschlands. „Wir sind überzeugt, mit der Wahl dieses Standortes die richtige Entscheidung getroffen zu haben“, erklärt Pressereferentin Helen Drieling. Die Lage hatte sich schon früher als Einzelhandelsstandort etabliert. Neben dem Combi-Markt siedeln sich auf dem Areal zudem ein Aldi sowie die Drogerie Müller an. „Mit dieser Kombination aus Vollsortimenter, Discounter und Drogeriemarkt ist ein optimales Nahversorgungszentrum entstanden und wir sind froh, dass wir mit unserem Markt einen wesentlichen Teil dazu beitragen können.“

Nicht nur in punkto Architektur, auch bei der Ladengestaltung, dem Sortiment und dem Service setzt Combi auf neueste Erkenntnisse. „Wir wollen, dass sich die Kunden in unserem Markt wohlfühlen“, erklärt Helen Drieling. „Darum legen wir viel Wert auf eine hochwertige und ansprechende Gestaltung. Außerdem schaffen emotionale Fotomotive und spezielle Beleuchtung eine besonders angenehme Einkaufsatmosphäre.“ Selbstverständlich berücksichtigt Combi auch die Bedürfnisse von Senioren und Menschen mit Handicap. Breite Gänge, eine extrabreite Kasse sowie spezielle Parkplätze und Einkaufswagen ermöglichen einen barrierefreien Einkauf. Zum abgerundeten Konzept des Combi-Marktes in Cuxhaven gehört auch ein Backshop mit Cafébereich, den die Bäckerei Itjen aus Cuxhaven-Sahlenburg betreibt.

Den Leitsatz „immer eine Frische voraus“ nimmt Combi auch in Cuxhaven wörtlich. Eine tägliche Belieferung mit Obst und Gemüse ist ebenso selbstverständlich wir absolute Frische in den Bedientheken. Die sind das Aushängeschild eines jeden Combi Marktes. In Cuxhaven werden auf einer Gesamtlänge von 27 Metern, bestes Fleisch, hochwertige Wurstwaren und eine große Käsevielfalt geboten. Daneben finden die Kunden in den Combi-Regalen alles für den täglichen Bedarf und für jeden Geldbeutel. Bekannte Markenartikel gehören ebenso zum umfangreichen Sortiment wie die Eigenmarken „Jeden Tag“, „San Louis“, „Küstengold“ und „NaturWert“.

Im neuen Combi-Markt in Cuxhaven wurde auch das Thema Nachhaltigkeit berücksichtigt. Die Kühlmöbel für die Frische- und Tiefkühlprodukte sind geschlossen, bei der Marktbeleuchtung wird auf LED-Technik gesetzt. „Diese Maßnahmen führen zu signifikanten Energieeinsparungen“, weiß Helen Drieling.

Am Eröffnungstag wird den Kunden ein buntes Programm geboten: Neben attraktiven Eröffnungsangeboten sorgen Getränke- und Grillstand für die richtige Stimmung.

01.10.2013

FAMILA BR

Der Markt in Z

Leer/Zeven, im Oktober 2013 – Auf der Worth in Zeven hat sich in den vergangenen Monaten einiges getan. Nachdem bereits im Sommer der Aldi seine Türen öffnete, können die Kunden sich nun auf besonderes Einkaufsflair im neuen famila Markt freuen. Zur Eröffnung gibt es nicht nur zahlreiche Angebote, sondern auch ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm.

Etwas länger als ein Jahr hat es gedauert, nun ist der famila Markt in Zeven, Auf der Worth 11, fertiggestellt. In zentraler Lage mit direkter Nähe zur Zevener Innenstadt ist ein modernes SB-Warenhaus entstanden. „Wir sind überzeugt, dass wir mit der Entscheidung, an diesem Standort zu bauen, richtig liegen“, erklärt Raimund Mecke, Geschäftsführer der famila Verbrauchermarkt Einkaufsstätte GmbH & Co. KG. Mit dem neuen Markt bringt famila nicht nur besondere Einkaufsatmosphäre nach Zeven, es entstehen auch rund 70 neue Arbeitsplätze.

„Wir bieten unseren Kunden in Zeven auf einer Fläche von rund 3.000 Quadratmetern eine große Vielfalt in den Bereichen Lebensmittel, Convenience und Frische sowie Non-Food. Insgesamt haben wir und 40.000 Artikel im Sortiment“, so Raimund Mecke. Neben den bekannten Eigenmarken „NaturWert“, „Küstengold“, „Jeden Tag“ und natürlich Bünting Tee finden die Kunden sowohl im Bereich Food als auch beim Non-Food zahlreiche Markenartikel führender Hersteller. An den Bedientheken – dem Aushängeschild eines jeden famila Marktes – bekommen die Kunden ebenfalls ein umfangreiches Angebot, angefangen vom Käse am Stück über internationale Feinkost bis hin zum Sonntagsbraten. Eine Bake off-Station bietet eine große Auswahl an SB-Backwaren von süß bis herzhaft.

Neben dem umfassenden Warenangebot stehen bei famila Kundenfreundlichkeit, Service sowie eine barrierefreie und energiesparende Bauweise im Fokus. Der gesamte Markt ist großzügig und übersichtlich gestaltet. Das Kundenleitsystem erleichtert die Orientierung. Vor allem in der Kassenzone dürfen sich die Kunden auf viele Annehmlichkeiten freuen. Die Anordnung der Kassen bietet viel Platz für ein bequemeres Auspacken des Wagens zudem ist jede Kasse für Menschen mit Handicap gut nutzbar. Auch sonst wurde auf die Bedürfnisse dieser Kunden geachtet. Breite Gänge, Behinderten-Parkplätze vor dem Eingang und eine entsprechend ausgestattete Kundentoilette sowie spezielle Einkaufswagen ermöglichen einen barrierefreien Einkauf. Beim neuen Markt stand darüber hinaus eine energiesparende Bauweise im Fokus. „Diese ist aufgrund von Nachhaltigkeitsaspekten und Kosteneinsparung unerlässlich“, erklärt Raimund Mecke.

Neben dem SB-Warenhaus entstehen auf der insgesamt rund 3.500 Quadratmeter großen Geschäftsfläche auch der Blumenshop „Evergreen“ und ein Backshop mit Sitzgelegenheiten, der von der nahegelegenen Ratsbäckerei Latzel betrieben wird. „Wir sind froh, dass wir zum einen den führenden Bäcker vor Ort und zum anderen einen langjährigen Partner für die Flächen gewinnen konnten.“ Im Mall-Bereich wird außerdem ein Geldautomat der Sparkasse Rotenburg-Bremervörde zur Verfügung stehen.

Damit sich der Markt mit seinen Außenanlagen optimal ins Stadtbild einfügt, wurde gemeinsam mit der Verwaltung eine Fuß- und Radewege-Verbindung zur Rhalandstraße sowie ein spezielles Beleuchtungskonzept entwickelt.

Zur Eröffnung des neuen famila Marktes gibt es nicht nur zahlreiche Angebote für die Kunden, sondern auch

ein abwechslu tungen
ebenso wie die n Bodo. Für
die kleinen Kunden wird ein professionelles Kinderschminken angeboten. Die Ratsbäckerei Latzel bietet ein Glücksrad mit attraktiven Preisen sowie eine Keksverkostung an und der Blumenshop „Evergreen“ gewährt einen Eröffnungsrabatt von zehn Prozent auf das gesamte Sortiment.

Geöffnet hat der famila Markt in Zeven montags bis sonnabends von 8 bis 22 Uhr. Marktmanager Frank Eilers und sein Team freuen sich auf zahlreiche Kunden, denen sie stets gerne mit Rat und Tat zur Seite stehen.

07.08.2013

FAMILA IN GANDERKESEE NEU ERLEBEN

Am Donnerstag, 8. August, um 8 Uhr eröffnet der neue Markt[mehr]

Ganderkesee, 7. August 2013 – Auf einer Gesamtfläche von mehr als 3.400 Quadratmetern ist an der Grüppenbührener Straße ein modernes SB-Warenhaus mit großzügiger Vorkassenzone entstanden. Mehr Auswahl und noch mehr Kundenfreundlichkeit stehen im Fokus.

Etwas länger als ein Jahr hat es gedauert, nun ist der neue famila-Markt in Ganderkesee fertiggestellt. „Der Neubau hat sich sehr gelohnt. Wir haben für unsere Kunden eine attraktive Einkaufsstätte geschaffen. Der Markt ist nicht nur moderner geworden, sondern insgesamt großzügiger und übersichtlicher gestaltet“, sagt Raimund Mecke Geschäftsführer der famila Verbrauchermarkt Einkaufsstätte GmbH & Co. KG. Nach den Gebäuden aus den Jahren 1969 – in dem heute der Getränkemarkt untergebracht ist – und 1984 der dritte famila-Markt, der in Ganderkesee bezogen wurde. Und wie schon bei den beiden Märkten zuvor ist famila dem Standort im Ortskern treu geblieben. „Entgegen dem Trend zum Bau auf der grünen Wiese, haben wir in Ganderkesee auf die direkte Kundennähe gesetzt. Wir haben diese Entscheidung nie bereut und freuen uns, auch mit dem neuen Markt zur Steigerung der Versorgungsfunktion und zur weiteren Attraktivität im Ortskern von Ganderkesee beitragen zu können.“

Gestaltung und Sortiment

Am Donnerstag, 8. August, um 8 Uhr öffnen sich erstmals die Türen für die Kunden. Auf einer Gesamtfläche des Einkaufszentrums von mehr als 4000 Quadratmetern erleben sie famila in Ganderkesee ganz neu. An der Grüppenbührener Straße ist ein modernes SB-Warenhaus mit Mall-Bereich entstanden und bietet eine ganz besondere Einkaufsatmosphäre. Eine markante Architektur, eine moderne Fassade mit viel Lichteinlass, ein Gebäude, das energietechnisch auf den neuesten Stand ist, sowie eine attraktive und großzügige Innenraumgestaltung zeichnen den neuen Markt aus.

„Famila bietet den Kunden auf einer Fläche von 3.400 Quadratmetern eine große Sortimentsvielfalt in den Bereichen Lebensmittel, Convenience und Frische sowie Non-Food. Neben unseren bekannten Eigenmarken ‚NaturWert’, ‚Küstengold’ und ‚Jeden Tag’ finden die Kunden sowohl im Bereich Food als auch beim Nonfood zahlreiche Markenartikel führender Hersteller. Die Obst- und Gemüseabteilung sowie die Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse haben ein völlig neues Aussehen bekommen. Neu ist eine Bedientheke für Frisch-Fisch. Außerdem verfügt der Markt über eine SB-Back-Station mit einem umfangreichen Angebot an frischen

Backwaren. Fü en an Bord geholt. Das Ha ch als „Weinhändler des Jahres“ ausgezeichnet. Auch im Nonfood-Bereich wird den Kunden einiges geboten. Auf attraktiv ausgestatteten Shop-Flächen im Haushaltswarenbereich werden hochwertige Markenartikel führender Hersteller wie Leifheit, Seltmann Weiden und Silit angeboten.

Service und Barrierefreiheit

Der neue famila Markt ermöglicht ein noch bequemeres Einkaufen. Der gesamte Markt ist großzügig und übersichtlich gestaltet. Das Kundenleitsystem erleichtert die Orientierung. Vor allem in der Kassenzone dürfen sich die Kunden auf viele Annehmlichkeiten freuen. So sind die insgesamt acht Kassen neu angeordnet. Das schafft nicht nur mehr Platz für ein bequemeres Auspacken des Wagens, jede Kasse ist dank dieses Aufbaus auch für Menschen mit Handicap gut nutzbar. Auch sonst wurde auf die Bedürfnisse dieser Kunden geachtet. Breite Gänge, Behinderten-Parkplätze vor dem Eingang und eine entsprechend ausgestattete Kundentoilette sowie spezielle Einkaufswagen ermöglichen einen barrierefreien Einkauf.

Beim neuen Markt stand darüber hinaus eine Energiesparende Bauweise im Fokus. „Eine energieeffiziente Bauweise ist aufgrund von Nachhaltigkeitsaspekten und Kosteneinsparung unerlässlich“, erklärt Raimund Mecke. So wurde eine moderne Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung installiert. Die Kälteanlage für die geschlossenen Kühlmöbel bei den Frische- und Tiefkühlprodukten nutzt das natürliche Kältemittel CO2.

Gesamtkonzept mit vielseitigem Angebot

In der Vorkassenzone befinden sich Mietflächen für Gastronomie und Dienstleistungen. Der Blumenshop Interfleur bietet den Kunden eine große Auswahl an kreativer Floristik, der Friseur C.U.T. sorgt für modische Stylings. Zeitschriften, Tabak und Co. finden die Kunden bei Wolsdorff Tobacco. Die Landbäckerei Tönjes, die ihren Stammsitz in Ganderkesee hat, betreibt im neuen famila Markt einen Backshop mit Cafébereich. Ein Geldautomat der Volksbank Ganderkesee-Hude steht ebenfalls zur Verfügung.

Aktionen zur Eröffnung

Zur Eröffnung des neuen famila Marktes dürfen sich die Kunden auf viele Aktionen für Groß und Klein freuen. Von Donnerstag, 8. August, bis Sonnabend, 10. August, steht der neue famila-Markt ganz im Zeichen von Unterhaltung und Genuss. Nicht nur das famila-Team, sondern auch alle Mieter des Centers haben unter dem Motto „bekannt, beliebt, jetzt neu erleben“ tolle Aktionen auf die Beine gestellt. Freuen Sie sich auf einen Bünting Tee-Ausschank und diverse Verkostungen. Bei den kleinen Kunden sorgen Stelzenläuferin Frieda Frenz und Clown Bodo für Unterhaltung. Außerdem gibt es Kinderschminken. Einen ganz besonderen Höhepunkt im Eröffnungsprogramm des neuen famila Marktes gibt es am Freitag, 9. August, ab 18 Uhr. Dann tritt der aus Ganderkesee stammende Schlagersänger Justin Winter im famila Markt auf.

05.06.2013

NEUERÖFFNUNG: FAMILA IN VAREL BIETET BESONDERE EINKAUFSATMOSPHÄRE

Markt am Steinbrückenweg ist größer und übersichtlicher geworden[mehr]

Varel, den 5. Ju am 6. Juni
erstmals die Ti tstanden.

Neben besonderen Preisangeboten erwarten die Kunden bis einschließlich Sonnabend verschiedene Verkostungen im Markt. Bei dem großen Gewinnspiel gibt es attraktive Preise. Tolle Aktionen für große und kleine Kunden sorgen für die richtige Eröffnungsstimmung.

Schöner, größer, moderner

Schöner, größer und moderner – so präsentiert sich der neue famila Markt in Varel. Die helle und farbenfrohe Gestaltung des Marktes sorgt für eine einladende und entspannte Einkaufsatmosphäre auf 4.800 Quadratmetern. Das neue Kundenleitsystem erleichtert die Orientierung und sorgt für Übersichtlichkeit im Markt. „Wir haben eine moderne und attraktive Einkaufsstätte geschaffen. Den famila-Kunden wird ein neues Konzept mit großer Sortimentsvielfalt in den Bereichen Lebensmittel, Convenience und Frische sowie und Non-Food geboten. Dazu gehören die Eigenmarken ‚NaturWert', ‚Küstengold' und ‚Jeden Tag' ebenso wie zahlreiche hochwertige Markenartikel. Und auch darüber hinaus bieten wir in Varel viel Neues", erklärt Raimund Mecke, Geschäftsführer der famila Verbrauchermarkt Einkaufsstätte GmbH & Co. KG. So haben die Ost- und Gemüseabteilung sowie die Bedientheken für Fleisch, Wurst und Käse ein neues Gewand bekommen. Für die Weinabteilung hat sich famila in Varel einen Spezialisten an Bord geholt: Wein Wolff ist eine der renommiertesten Weinhandlungen des Nordens und wurde mehrfach zum ‚Weinhändler des Jahres' gekürt. In der Haushaltswarenabteilung finden die Kunden hochwertige Markenartikel von Leonardo, Seltmann Weiden, Silit und Zwilling sowie einen Leifheit-Shop.

Kundenfreundlich und sparsam

Bei dem Bau des neuen Marktes wurde auch auf die Bedürfnisse von Senioren oder Menschen mit Handicap geachtet. Breite Gänge und eine extrabreite Kasse sowie Behinderten-Parkplätze vor dem Eingang, entsprechend ausgestattete Kunden-Toiletten und spezielle Einkaufswagen ermöglichen einen barrierefreien Einkauf.

Darüber hinaus stand eine energiesparende Bauweise im Fokus: „Eine energieeffiziente Bauweise ist aufgrund von Nachhaltigkeitsaspekten und Kosteneinsparung unerlässlich", erklärt Raimund Mecke. „Bei der Planung und dem Bau des neuen Gebäudes wurden verschiedene Maßnahmen umgesetzt, die zu einer signifikanten Energieersparnis führen." So wurde eine neue Lüftungsanlage mit Wärmerückgewinnung installiert. Die Kälteanlage für die neuen geschlossenen Kühlmöbel bei den Frische- und Tiefkühlprodukten nutzt das natürliche Kältemittel CO2. Darüber hinaus haben sich die Verantwortlichen mit der Beleuchtung beschäftigt. Über Dachkuppeln kommt Tageslicht in den Markt, das reduziert nicht nur Beleuchtungsintensität, sondern führt nachweislich auch zu mehr Wohlbefinden bei den Kunden. Zusätzlich wurde die gesamte Grundbeleuchtung des Centers mit LED ausgestattet.

Alles unter einem Dach

Das Angebot des famila Marktes wird ergänzt durch bekannte Filialisten in der Vorkassenzone und eine Fachmarktfläche, die für einen attraktiven Branchenmix sorgen. Das Eiscafé Krauss, Wolsdorff Tobacco, der Blumen-Shop „Evergreen" und die Bäckerei Hoppmann sind im großzügigen Mall-Bereich untergebracht. Zudem steht ein Geldautomat der Volksbank bereit.

Aktionen zur Eröffnung

Zur Eröffnung ...e freuen, sondern auch ... ...gen wenn er seine Ballonkunst zeigt. Beim Kinderschminken oder mit einem Air-Brush-Tattoo – das gibt es beim Eiscafé Krauss – verwandeln sich Jungen und Mädchen in phantasievolle Wesen. Bei der Bäckerei Hoppmann gibt es eine Kinder-Malaktion und ein Glücksrad mit tollen Gewinnen. Im Blumenshop „Evergreen“ können die kleinen Besucher heute und am Sonnabend von 14 bis 15 Uhr ihren eigenen Strauß binden. Wolsdorff Tobacco bietet Eröffnungsangebote sowie Rosen und Sekt am Freitag. Während der Eröffnungstage gibt es darüber hinaus einen Bünting Tee-Ausschank und diverse Verkostungen. Auch das Maskottchen der NWZ wird vor Ort sein und hat tolle Gewinne im Gepäck.

Es geht weiter

Mit der Eröffnung des famila Marktes am 6. Juni ist, die Modernisierung des Standortes in Varel noch nicht abgeschlossen. In einem zweiten Bauabschnitt wird zunächst der vordere Teil des alten Marktes abgerissen und neu aufgebaut. Anschließend wird der hintere Teil des Marktes renoviert. Die Fertigstellung der Baumaßnahmen und die Eröffnung des gesamten Standortes sind noch für dieses Jahr geplant.

13.05.2013

BÜNTING ÜBERNIMMT MINIPREIS VERBRAUCHERMÄRKTE

Leer, 13. Mai 2013 - Die Bünting Unternehmensgruppe übernimmt zum 01. Juli 2013 die Supermarktsparte Minipreis Läden GmbH der Klingenthal-Gruppe. Minipreis, mit Sitz im westfälischen Salzkotten, betreibt in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Thüringen 33 Verbrauchermärkte. Die Bünting Unternehmensgruppe übernimmt die 33 Märkte sowie das Logistikzentrum der Minipreis-Läden GmbH und die Verwaltung in Salzkotten, vorausgesetzt der noch ausstehenden Zustimmung des Bundeskartellamtes. Die Übernahme wird im Rahmen eines Asset Deals vollzogen, indem Bünting die gesamte Belegschaft, Warenbestände und Ladeneinrichtungen von Minipreis übernimmt. Weiterhin kauft Bünting den Logistikstandort von Minipreis in Salzkotten als Ergänzung der eigenen Logistik. Die Minipreis-Märkte stellen für Bünting eine optimale Ergänzung des derzeitigen Vertriebsgebietes dar, da es nahezu keine Standort-Überschneidung zu den jetzigen Combi-, Famila und Markant-Märkten gibt. Bünting erweitert damit seine Vertriebsaktivitäten im Süden deutlich und baut durch die Übernahme der Filialen seine führende Marktstellung im Nordwesten weiter aus.

Daneben kennen sich Bünting und Minipreis bereits durch eine in der Vergangenheit geführte Einkaufskooperation gut, „so dass strukturelle Anpassungen in die Bünting-Prozesse einfach umzusetzen sind“, so Manfred Neumann, Vorstandsvorsitzender der Bünting Unternehmensgruppe. Minipreis als Gesellschaft der Klingenthal-Gruppe wurde als Familienunternehmen geführt und passt daher von der Philosophie zur Bünting Unternehmensgruppe, die in fünfter Generation in Familienhand ist. Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit über 11.000 Mitarbeitern und rund 600 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Zur Unternehmensgruppe gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften J. Bünting Coloniale,...[mehr]

Leer, 13. Mai 2013 - Die Bünting Unternehmensgruppe übernimmt zum 01. Juli 2013 die Supermarktsparte Minipreis Läden GmbH der Klingenthal-Gruppe. Minipreis, mit Sitz im westfälischen Salzkotten, betreibt in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Thüringen 33 Verbrauchermärkte. Die Bünting Unternehmensgruppe

übernimmt die tung in Salzkotten, vor rnahme wird im Rahmen eines Asset Deals vollzogen, indem Bünting die gesamte Belegschaft, Warenbestände und Ladeneinrichtungen von Minipreis übernimmt. Weiterhin kauft Bünting den Logistikstandort von Minipreis in Salzkotten als Ergänzung der eigenen Logistik. Die Minipreis-Märkte stellen für Bünting eine optimale Ergänzung des derzeitigen Vertriebsgebietes dar, da es nahezu keine Standort-Überschneidung zu den jetzigen Combi-, Famila und Markant-Märkten gibt. Bünting erweitert damit seine Vertriebsaktivitäten im Süden deutlich und baut durch die Übernahme der Filialen seine führende Marktstellung im Nordwesten weiter aus.

Daneben kennen sich Bünting und Minipreis bereits durch eine in der Vergangenheit geführte Einkaufskooperation gut, „so dass strukturelle Anpassungen in die Bünting-Prozesse einfach umzusetzen sind", so Manfred Neumann, Vorstandsvorsitzender der Bünting Unternehmensgruppe. Minipreis als Gesellschaft der Klingenthal-Gruppe wurde als Familienunternehmen geführt und passt daher von der Philosophie zur Bünting Unternehmensgruppe, die in fünfter Generation in Familienhand ist. Die Bünting Unternehmensgruppe hat als mittelständisches Handelsunternehmen ihren Sitz seit über 200 Jahren in Leer (Ostfriesland). Mit über 11.000 Mitarbeitern und rund 600 Auszubildenden ist sie einer der größten Arbeitgeber und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor in der Region. Zur Unternehmensgruppe gehören das Bünting Teehandelshaus sowie die Vertriebsgesellschaften J. Bünting Coloniale, famila, Combi, Minipreis, Markant Nordwest und Telepoint mit ihren unterschiedlichen Schwerpunkten. Außerdem vereinen sich unter dem Dach der Unternehmensgruppe Bünting E-Commerce für das Online-Geschäft, Bünting Systemkunden als Partner im Großhandel sowie mehrere Dienstleistungsgesellschaften.

29.04.2013

COMBI SETZT AUF INNOVATIVES ENERGIEKONZEPT

Markt an Bremer Heerstraße in Oldenburg mit Tageslichtkonzept und Wärmerückgewinnungsanlage[mehr]

Leer, den 29. April 2013 – Am 18. April eröffnete der Combi Markt an der Bremer Heerstraße 172 in Oldenburg. Sowohl architektonisch als auch in punkto Energie werden hier neue Maßstäbe gesetzt. Ein neues Kassenkonzept soll den Kassiervorgang für die Kunden angenehmer machen.

Auf fast 1800 Quadratmeter und damit einer um rund 50 Prozent größeren Verkaufsfläche als bisher, eröffnete am 18. April der neue Combi-Markt an der Bremer Heerstraße in Oldenburg. Erstmals wurde hier ein völlig neues Marktkonzept umgesetzt, um den Bedürfnissen einer auch in punkto Nachhaltigkeit immer anspruchsvoller werdenden Kundschaft gerecht zu werden.

Außenbereich und Architektur

Das beginnt bereits im Außenbereich und bei der Architektur. Versickerungsfähiges Pflaster, Beete und Anpflanzungen im unbebauten Bereich sowie ein Regenrückhaltebecken schaffen eine optimale Oberflächenentwässerung auf dem gesamten Gelände. Architektonische Elemente wie Stahlvorbauten, Trespaplatten in Grau und Holzoptik sowie ein hoher Glasanteil im Eingangsbereich sorgen für eine moderne Außenansicht. Eine besondere Dachkonstruktion mit Lichtkuppeln sowie ein durchgehendes Lichtband bringen Tageslicht in den Markt. „Vor Baubeginn haben wir eine Lichtberechnung mit Tageslichtsimulation für den Standort durchführen lassen. Anhand der Ergebnisse haben wir uns für dieses Lichtkonzept entschieden",

erklärt Robert e. Auch in
Sachen Innena :onstruktion
mit Leimholzbindern ist freitragend und komplett sichtbar ausgeführt. Das sorgt für ein völlig neues Raumgefühl.

Energie und Umwelt

Im neuen Combi-Markt wird zudem ein neues umfangreiches Energiesparkonzept umgesetzt. Nicht nur bei den neu angelegten Parkflächen, sondern auch in Teilen der Außenwerbung sowie im Verkaufsraum kommt LED-Beleuchtung zum Einsatz. Über der Kassenzone werden mit drei Großleuchten tageszeitabhängig verschiedene dynamische Licht- und Farbkompositionen erzeugt. Die Lichtdecken verfügen dabei über eine textile Bespannung, um zusätzlich durch ihre Schallisolierende Wirkung den Geräuschpegel in der Kassenzone zu reduzieren. Auch in der Obst- und Gemüse-Abteilung findet sich ein beleuchteter Überbau.

Bei der Heiztechnik kommt der Combi-Markt ohne Gasanschluss aus. Denn die Heizenergiegewinnung funktioniert ausschließlich über ein Wärmerückgewinnungssystem und eine Inverter-Anlage – eine Wärmepumpe, die bei Heizbedarf Wärme erzeugt, aber auch zur Kühlung eingesetzt werden kann. Im Bereich der Verkaufsfläche speist dieses System zum Beispiel die Betonkernaktivierung im Boden. Damit kann der Markt im Winter energiesparend geheizt und im Sommer gekühlt werden. Die Kälteverbundanlage der Kühlmöbel, die im Markt an der Bremer Heerstraße verbaut ist, nutzt CO_2 als Kältemittel und ist damit sehr umweltverträglich. Die zentrale Belüftungsanlage sorgt stets für frische und richtig temperierte Luft im Markt. Dabei unterstützt die Wärmerückgewinnung aus der Kälteanlange ebenso wie der installierte Kreuzwärmetauscher.

Sortiment und Service

Für die Kunden bietet der Combi-Markt an der Bremer Heerstraße das gewohnt umfangreiche und hochwertige Sortiment – natürlich mit den Eigenmarken „Küstengold“, „NaturWert“ und „Jeden Tag“. Im Zuge des Neubaus wurde die Obst- und Gemüseabteilung mit Schnippel-Küche für Salate, Desserts und Süßspeisen aus eigener Herstellung erweitert. Daneben zählen die Bedientheken mit einem großen Sortiment an Fleisch und Wurstwaren sowie Käsespezialitäten zum Highlight des Marktes. Dazu kommen eine Marktbäckerei sowie ein umfangreiches Sortiment mit Haushaltswaren, Spielzeug und Geschenken, Fahrradzubehör und Elektroartikeln.

Ein besonderer Fokus liegt auf dem Service. Bei den Baumaßnahmen wurde nicht nur auf die Barrierefreiheit des Marktes geachtet. Ein kundenfreundlicher Zugang zu allen Angeboten im Markt, breite und übersichtliche Gänge sowie ein erstmals bei Combi eingesetztes neues Kassenzonenkonzept mit niedrigerem Warenband und einem zweiten Monitor für die Kunden soll den Kassiervorgang angenehmer machen. Spezielle Einkaufswagen und Ruhebänke im Markt berücksichtigen die Bedürfnisse von Senioren und Menschen mit Behinderungen.

14.03.2013

NEUERÖFFNUNG COMBI MARKT HAMM-HERRINGEN

Der Startschuss ist gefallen[mehr]

Hamm, den 14 ermarktes an der Dortmund siv auf diesen großen Tag vorbereitet.

Das kundenfreundliche Combi-Konzept auf einer Ladengröße von 2.000 Quadratmetern ist optimal aufeinander abgestimmt, um alle Produkte rund um den täglichen Bedarf vom Preiseinstieg bis zur gehobenen Preiskategorie vorzufinden. Für die Kundinnen und Kunden sowie für das über 50-köpfige Combi-Mitarbeiterteam ist dies ein moderner, übersichtlicher und barrierefreier Verbrauchermarkt, in dem sich alle richtig wohlfühlen können.

Besondere Höhepunkte im neuen Markt sind die Frischeabteilungen mit Obst und Gemüse sowie die erstklassigen Fleisch-, Wurst- und Käse-Bedientheken mit einem attraktiven Sortiment. Gerade das NaturWert-Fleischprogramm ist bei den Combi-Kunden sehr beliebt.

Dazu kommt ein umfangreiches Non-Food-Sortiment mit Haushaltwaren, Spielzeug und Geschenken, Fahrradzubehör und Elektroartikeln. Die Farbgestaltung des Marktes sorgt für eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Dabei gewährleistet das neue Kundenleitsystem eine schnelle Übersicht über die verschiedenen Sortimente – Hinweisschilder erleichtern die Orientierung.

Ein kundenfreundlicher Zugang zu allen Angeboten im Markt, breite und übersichtliche Gänge, eine verbreiterte Kasse, spezielle Einkaufswagen, Ruhebänke im Markt sowie Parkplätze direkt vor dem Eingang und entsprechend ausgestattete Kunden-WCs berücksichtigen die Bedürfnisse von Senioren und Menschen mit Behinderungen.

Für die richtige Stimmung sorgten am Eröffnungstag die Verteilung kostenloser Luftballons sowie ein Bierausschank und ein Bratwurststand vor dem Markteingang.

AKTUELLE PRESSEMITTELUNGEN DER JOHANN BÜNTING-STIFTUNG

Die Aktuellen Pressemitteillungen der Johann Bünting-Stiftung finden Sie hier. [mehr]

DIE AKTUELLEN PRESSEMITTEILLUNGEN DER JOHANN BÜNTING-STIFTUNG FINDEN SIE HIER.

Bünting
UNTERNEHMENSGRUPPE

HOME
UNTERNEHMEN
GESELLSCHAFTEN
KARRIERE
PRESSE
KONTAKT
MITARBEITERBEREICH
IMPRESSUM
DATENSCHUTZ
HINWEISGEBERPORTAL