

Großmärkte stellen Weichen für die Zukunft

Neben der Gewährleistung größtmöglicher Wirtschaftlichkeit gehört die langfristige Standortsicherheit und optimale Anbindung an städtische und ländliche Räume für die deutschen Frischemärkte sicherlich zu den zentralen strategischen Zukunftsaufgaben. Mit anderen Worten: Effizienz und Effektivität werden immer wichtiger.

Das Fruchthandel Magazin sprach darüber mit GFI-Vorstand Boris Schwartz, Zweiter Werkleiter der Markthallen München.

Fruchthandel Magazin: Herr Schwartz, wie hat sich die Zahl der Mitglieder und Fördermitglieder bei GFI in 2017 entwickelt? Sind Sie mit der Tendenz zufrieden, wo sehen Sie noch ungenutztes Potenzial?

Boris Schwartz: Im Bereich der Mitgliedschaft setzt sich der positive Trend weiter fort. Mit dem Pinneberger Citymanagement und der Sindelfinger Wirtschaftsförderung konnten wir zwei ordentliche Mitglieder aus dem Segment Wochenmärkte gewinnen. Als neue Fördermitglieder traten die Firmen INTER Weichert aus Hamburg und Eurofins Leipzig dem GFI-Netzwerk bei. Damit liegt die Mitgliederzahl bei insgesamt 59, davon 26 Vollmitglieder und 33 Fördermitglieder. Der Organisationsgrad auf Großmarktebene liegt konstant bei 95 %. Die Wachstums-



Traditionell stellen sich die Großmärkte auf dem GFI-Gemeinschaftsstand dem internationalen Publikum vor.

möglichkeiten in der Mitgliedschaft liegen weiter im Bereich der Wochenmärkte. Dort erwarten wir im Sommer wieder neue „Mitstreiter“ über unsere Kampagne „Erlebe Deinen Markt“.

FH-Magazin: Erstmals seit Bestehen des Verbandes umfasst der Vorstand nun vier Mitglieder, nachdem Rolf Strobel neu hinzugekommen ist. Was bedeutet das für die Verbandsarbeit? Wächst dadurch auch das Themenspektrum?

B. Schwartz: Der GFI-Vorstand arbeitet ehrenamtlich und die GFI-Satzung lässt sogar bis zu fünf Vorstandsmitglieder zu, um das ständig wachsende Themenspektrum zu bearbeiten. Mit Rolf Strobel haben wir einen ausgewiesenen Fachmann mit jahrzehntelangen Erfahrungen im Handelsmanagement als Kollegen gewonnen. Bei GFI ist er schwerpunktmäßig für den Bereich Studienreisen und die Themen Logistik und Elektromobilität verantwortlich.

FH-Magazin: Welche Bilanz können Sie für die Kampagne „Erlebe Deinen Markt 2017“ ziehen?

B. Schwartz: Die internationale Bewegung „LYLM Love your local market“, die 2012 in England ins Leben gerufen wurde, wird immer stärker. 2017 nahmen europa- und weltweit über 3.000 Märkte in 17 Ländern an den Feierlichkeiten teil – ein neuer Rekord. Auch die deutsche Beteiligung an der Kampagne unter dem Motto „Erlebe Deinen Markt“ wächst kontinuierlich. Mit 180 engagierten Märkten in 35 Regionen hat sie sich innerhalb von

GROSSMARKT
HAMBURG

BESUCHEN SIE UNS AUF DER FRUIT LOGISTICA.
HALLE 21, STAND E-11

www.grossmarkt-hamburg.de



Der „Treffpunkt Bayern“ hat sich auf der Messe zu einer festen Größe entwickelt.

drei Jahren als fester Bestandteil der deutschen Wochenmarktszene etabliert. Für 2018 haben bereits 220 Märkte in 40 Regionen Deutschlands ihre Teilnahme angekündigt. Aktuell planen wir das Kampagnenthema 2018 und die darauf abgestimmten Aktionen. Die Feierlichkeiten finden wieder schwerpunktmäßig im Mai und Juni statt.

FH-Magazin: Wo liegen die Schwerpunkte im Marketing und in der Außendarstellung im Jahr 2018?

B. Schwartz: Zurzeit arbeiten wir an einem umfassenden Relaunch unserer GFI-Website. Dabei wird unser Intranet, der Members-only-Bereich, stark ausgebaut und den Mitgliedern neue Mehrwerte bieten. Den Themen Marketing und Außendarstellung werden wir uns auch im Rahmen unserer nächsten Strategietagung im Sommer 2018 widmen. Ziel ist die gemeinsame zukünftige Ausrichtung auf die Herausforderungen unserer Wertschöpfungskette.

FH-Magazin: Die Stichwörter Effektivität und Effizienz werden im Zusammenhang mit den Frischezentren immer wieder genannt. Was ist damit gemeint?

B. Schwartz: Die Effizienz bezieht sich auf die operative Wirtschaftlichkeit der Märkte. Die bestehenden Großmarktprozesse, die Infrastruktur und das Gebäudemanagement müssen ständig verbessert werden. Die Effektivität bezieht sich auf die strategische Ausrichtung der Märkte. Ziel ist die langfristige Standortsicherung. Das Großmarktmanagement muss die Wettbewerbsfähigkeit der Marktfirmen

stärken und eine Vorstellung haben, wo der Markt in zehn bis 15 Jahren stehen soll. Dies erfordert Entscheidungen zum Anbieter-/Sortimentsmix einschließlich neuer Sortimente, zu Dienstleistungen, zu Logistikentwicklung und zum Kundenkreis. Einen Großmarkt einfach nur als Gewerbegebiet zu betrachten und Flächen zu vermieten – das reicht eben nicht mehr aus.

FH-Magazin: Wichtige Themen waren auf der diesjährigen Jahresversammlung auch



Boris Schwartz

Best Practice-Analysen. Können Sie dafür bitte einige Beispiele nennen?

B. Schwartz: Bei unseren Best Practice-Analysen liefern die Mitglieder Berichte über erfolgreich umgesetzte Konzepte und Maßnahmen auf ihren Märkten. Beispiele sind Wertstoffmanagement, Energiemanagement, Zufahrtssysteme und Videoüberwachungssysteme. Diese Form des Austauschs hat für die Mitgliedschaft einen großen direkten Nutzen für das Marktmanagement. ■

Fresh Produce Forum/GFI

Großmarkt 3.0 – Vom Umschlagsplatz zum Food-Hotspot

Großmärkte sind weltweit bedeutende Handels- und Logistikplattformen für Frischeprodukte. Hier treffen sich Spezialisten für frische Lebensmittel sowie Blumen und Pflanzen zum Wohle des Verbrauchers. Wie entwickeln sich die Frischezentren im Spannungsfeld von Wettbewerb, Verbraucherverhalten und gesellschaftspolitischer Wertschätzung? Wie sichern sie weiterhin die Ernährungsqualität der Bevölkerung? Und welche Anforderungen an die Akteure ergeben sich? GFI Deutsche Frischemärkte wird diese Themen im Rahmen des Fresh Produce Forum auf der diesjährigen FRUIT LOGISTICA beleuchten und den Blick in eine frische Zukunft richten. Die Veranstaltung findet am Donnerstag, 8. Februar 2018, 9.30 bis 10.30 h, Halle B/CityCube Berlin statt.

Die Referenten sind:

- Uwe Kluge, Geschäftsbereichsleiter der Großmarkt Bremen GmbH und Vorstandsvorsitzender des Verbandes GFI Deutsche Frischemärkte e.V., Berlin
- Andreas Foidl, Senior Partner der Belius GmbH, Berlin
- Clemens Götzinger, Geschäftsführer der Lindner GmbH, Frankfurt
- Giannis Triantafyllis, General Manager CMFO Central Markets & Fishery Organization SA, Athens, and Member of the Board of WUWM World Union of Wholesale Markets, The Hague