

GFI Deutsche Frischemärkte: Zukunftsfähige Märkte im Fokus

GFI German Fresh Food Markets: Focus in Future Oriented Markets

Der Verband GFI Deutsche Frischemärkte e.V. hat 2014 eine Neuordnung der GFI-Geschäftsbereiche nach Handelsebenen vorgenommen. In den Bereichen „Großmärkte“ und „Wochenmärkte“ stehen vor allem die Felder Wirtschaft, Infrastruktur, Organisation und Benchmarking im Fokus. Neben diesen Themen zur Effizienzsteigerung bestehender Märkte steht besonders die Entwicklung effektiver zukunftsfähiger Großmarkt- und Wochenmarktmodelle im Zentrum der Arbeit.

Zukünftig wird der Verband auch seine Netzwerkrolle im Bereich „Krisenmanagement“ noch stärker ausüben und als überregionaler Anlaufpunkt bei mitgliederübergreifenden Krisenfällen der Branche zur Verfügung stehen. Mit Instrumenten wie Erfahrungsaustausch, Informationsmanagement, Kontaktadressen und Managementsupport unterstützt GFI seine Mitglieder ab sofort in allen Phasen des Krisenmanagements.

Im Bereich der Mitgliedschaft setzt sich der positive Trend der letzten Jahre fort. Mit den Marktfirmen Ludwig Blendinger GmbH & Co. KG aus München und Rolf Oertel GmbH aus Leipzig durfte GFI in 2014 zwei neue Fördermitglieder begrüßen.

Bei den Marketingaktionen im freien Einzelhandel konnte GFI bereits im zweiten Jahr in Folge ein Rekordjahr verzeichnen. Im Rahmen der Aktionen konnte GFI das Frischenetzwerk auf 400 Top-Standorte von Wochenmärkten, Markthallen und Fachgeschäften ausbauen.

Uwe Kluge, GFI-Vorstandsvorsitzender, blickt zufrieden auf das Geschäftsjahr 2014 zurück: „Erfolge in der Außenwirkung und die Schaffung neuer Mehrwerte für Mitglieder – die deutschen Frischemärkte sind aktiver denn je. Dank dem großen Engagement unserer Kollegen und Kolleginnen gehen wir optimistisch in das 15. Jahr unseres Bestehens.“ ■

In 2014 the non-profit association GFI German Fresh Food Markets restructured their activities by trading levels. The "wholesale markets" and "street markets" divisions focus mainly on business, infrastructure, organization and benchmarking issues. Besides these questions of improving the efficiency of existing markets, work will focus on the development of new, sustainable wholesale and street market models.

From now on, the Association also intends to exercise its network role in the field of crisis management more vigorously and offer its services as a supraregional contact whenever a crisis in the industry affects more than one individual member. With instruments such as an exchange of ideas, information management, contact addresses and management support, the GFI will in future assist its members in all phases of crisis management.

Continuing the trend of recent years, membership has grown further. In 2014 two market companies were welcomed as new GFI members; Ludwig Blendinger GmbH & Co. KG from Munich and Rolf Oertel GmbH from Leipzig.

For the second year in succession, GFI set a new record for marketing campaigns in independent retail shops. In this connection GFI expanded its fresh food network to embrace 400 top locations at street markets, market halls and specialist shops.

Uwe Kluge, GFI board chairman, reviews the financial year 2014 with satisfaction: "We have been successful in promoting our image and creating additional value for our members - Germany's fresh food markets are more active than ever before. Thanks to the enormous commitment of our colleagues, we start our association's 15th year with optimism." ■

