



## Wirtschaftliche Bedeutung und Handelskompetenz II

# Hin und weg: Handelsplattform Großmarkt

Moderne Gewerbe- und Logistikzentren mit perfekter Infrastruktur  
Optimale Bedingungen für den mittelständischen Handel

**A**usstattung und Infrastruktur der Großmärkte bieten die besten Voraussetzungen für den schnellen, professionellen, hygienisch einwandfreien und effektiven Warenumschlag. Die deutschen Großmärkte werden den Anforderungen aller Handelsstufen an Service gerecht.

**Effizienter  
Warenumschlag**

**S**o finden sich auf vielen Großmärkten u.a. folgende Einrichtungen:

- ▶ Moderne Verkaufs- und Lagerflächen
- ▶ Büroräume
- ▶ Pkw- und Lkw-Parkplätze
- ▶ Gleisanschlüsse
- ▶ Kühl-, Gefrier- und Lagerräume
- ▶ Abpackbetriebe
- ▶ Reifekammern für Bananen
- ▶ Leergutannahmestellen
- ▶ Abfallbeseitigung und Reinigung
- ▶ Reparaturbetriebe
- ▶ Labore für Lebensmittelanalysen
- ▶ Heizkraftwerke
- ▶ Tankstellen
- ▶ Waschanlagen
- ▶ Gaststätten
- ▶ Speditionen
- ▶ Recyclingfirmen
- ▶ Banken
- ▶ IT-Firmen
- ▶ Zollabfertigung
- ▶ Dienst-/Geschäftsstellen von Ämtern und Verbänden

**Service-  
einrichtungen**

**D**ie Standorte der deutschen Großmärkte zeichnen sich durch eine kundenfreundliche Erreichbarkeit aus. Sie befinden sich verkehrsgünstig in zentraler Lage in Hafen-, City- und Autobahnnähe und haben größtenteils Bahnanschluss.

**In den Herzen der  
Städte**

**N**eben Obst und Gemüse werden auch andere Lebensmittel wie Fisch, Fleisch, Trockensortimente und Spezialitäten angeboten, so dass der Einzelhandel einen Großteil seines Frischesortiments im Rahmen von „One-Stop-Shopping“ hier erwerben kann.

**Kurze schnelle  
Wege**

**D**ie Entscheidung eines Anbieters, sich auf dem Großmarkt anzusiedeln ist in der Regel mit höheren Kosten verbunden. Dies wird aber dadurch kompensiert, dass sie „am Markt“ sind. Kundenorientierung hat bei den

**Eine gute  
Adresse**

Marktfirmen oberste Priorität. Die Anbieter auf den Großmärkten handeln nämlich auch untereinander, um Kundenanfragen schnell zu bedienen. Was nicht im Programm ist, wird minutenschnell beschafft. Nur die Institution Großmarkt bietet diese faszinierende Abwechslung aus Kooperation und Wettbewerb.

**M**arktmanagement und Marktfirmen arbeiten Hand in Hand, um den zukünftigen Herausforderungen des Handels gerecht zu werden. Vor dem Hintergrund des Strukturwandels, vor allem in der Obst und Gemüsebranche definieren viele Großmärkte ihr Aufgabenspektrum im operativen und strategischen Bereich neu, um zukünftig im Wettbewerb bestehen zu können. Der Großmarkt wird vom Flächenbetreiber zum Service-Dienstleister. Ein kundenorientiertes Facility Management wird langfristig durch ein effektives Standortmarketing flankiert. Dies zielt insbesondere auf eine in Kooperation mit allen Absatzpartnern angestrebte Bearbeitung des gesamten Absatzkanals mit Marketingmaßnahmen, um die Leistungen der Großmärkte attraktiv zu halten.

## **Modernes Marktmanagement**

**F**azit: Großmärkte sind

- ▶ marktwirtschaftlich optimal funktionierende Handels- und Logistikplattformen,
- ▶ notwendig zur Erhaltung der Angebotsvielfalt und -qualität im Großhandel und im Einzelhandel,
- ▶ Instrumente zur Mittelstandsförderung und kommunaler Wirtschaftspolitik,
- ▶ urbane Bestandteile sozialer Stadtteilkultur,
- ▶ letztendlich: ein Stück Lebensqualität für die Bevölkerung!

## **Marktwirtschaft pur - zum Wohle des Verbrauchers**

GFI Deutsche Großmärkte wurde im Jahre 2000 gegründet und ist der Verband der 18 bedeutendsten deutschen Großmärkte. Diese Frischezentren sind Garanten für abwechslungsreiche und qualitativ hochwertige Frischeprodukte, insbesondere Obst und Gemüse. Sie versorgen als zentrale urbane Handelsplattformen mit rund 2.600 mittelständischen Großhändlern, Importeuren und Erzeugern über 50.000 Kunden aus dem qualifizierten, ungebundenen Lebensmitteleinzelhandel - Fachgeschäfte für Obst und Gemüse und Wochenmärkte - sowie Großverbraucher und die gehobene Gastronomie mit Frischeprodukten aus der Region und der ganzen Welt. Der Warenumsatz beträgt jährlich rund 7,4 Millionen Tonnen im Wert von ca. 9,8 Milliarden Euro. So sichern die deutschen Großmärkte die Ernährungsqualität von über 100 Millionen Verbrauchern in Deutschland und den europäischen Nachbarländern. 20.000 Beschäftigte sorgen für ein effizientes Marktgeschehen.