

Käsetheken-Teams ausgezeichnet



Cheese: Gute Stimmung beim Thekenwettbewerb „Kreativ Award“.

Foto: Markus Glaser

Acht Teams von Käsebedientheken haben für gelungene Aktionen den „Kreativ Award 2017“ bekommen. Die Preisträger sind: Rewe-Center Hamburg-Altona für Aktionen mit Käse aus Österreich, E-Center Münster (Niederlande), Globus Handelshof, Homburg-Einöd (Schweiz), Rewe Glück, Rengsdorf (Italien), Edeka Bungert, Wittlich (Südtirol), V-Markt Bad Wörishofen (Deutschland), Gebauer's E-Center, Bonlanden (Frankreich) und Rewe Martin Kolbe, Altenkunstadt (Aktion mit Heumilchkäse).

Die Unternehmen Agrarmarkt Austria Marketing, ARGE Heumilch, Cono Kaasmakers, Bergmilch Südtirol, Heiderbeck, Käserei Champignon, Münnich fromage sowie der Switzerland Cheese Marketing gemeinsam mit Emmi Deutschland unterstützen den Wettbewerb. Die Preisverleihung hat an einem Galaabend im Food-Hotel Neuwied stattgefunden. Die Gewinnerteams haben einen Geldpreis von jeweils 500 Euro erhalten, überreicht von Vertretern der Sponsoren.

Globus SB-Warenhäuser im Plus

Das Handelsunternehmen Globus hat mit seinen deutschen SB-Warenhäusern den Umsatz um 1,6 Prozent gesteigert. Das geht aus der Vorstellung der Zahlen für das im Juni abgeschlossene Geschäftsjahr 2016/17 hervor. Per Oktober führt der Großflächenbetreiber 46 Märkte. Als besonders erfolgreichen Standort nennen die Saarländer Rüsselsheim-Bauschheim. Der Markt liege „deutlich über Plan“. Monatlich zähle er rund 100.000 Kunden. Die gesamte Globus-Gruppe erzielte einen Umsatz von 7,52 Milliarden Euro.

Einkaufen über den Wolken



Shoppen per Flynet.

Foto: Lufthansa

Über den Wolken Lebensmittel einkaufen – ein Pilotprojekt der Lufthansa mit der Rewe macht es möglich. Seit Oktober können Passagiere auf den Langstrecken-Flügen der Airline Bestellungen über das Onboard-Internet aufgeben. Dabei haben sie direkten Zugriff auf den Online-Shop der Rewe. Obst, Milch, Schokolade, Pasta und Co. werden dann zum Wunschtermin geliefert. Das Kooperationsprojekt ist zunächst auf drei Monate ausgelegt. Während der ersten sechs

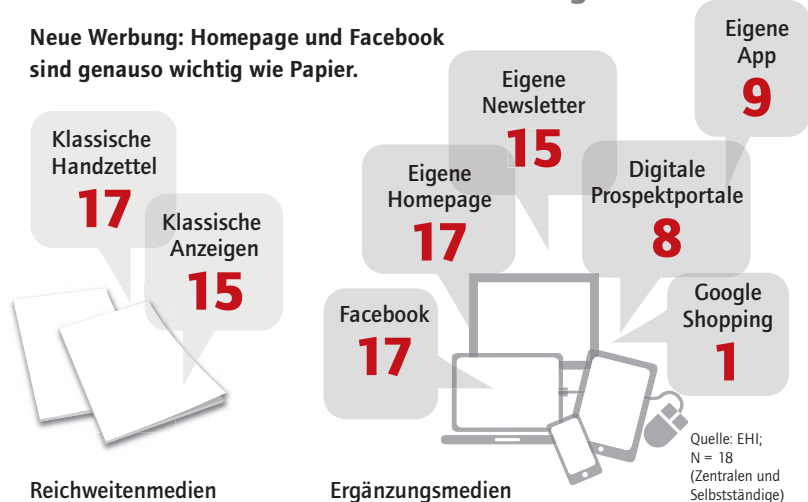
Wochen können Passagiere auf den Langstrecken von Frankfurt, München und Düsseldorf bestellen. Anschließend steht der Dienst den Kunden zur Verfügung, die nach Frankfurt, München und Düsseldorf fliegen.

Junge Käufer bevorzugen digital

Der klassische Handzettel ist für Kaufleute unverzichtbar – noch. Zu diesem Ergebnis kommt eine EHI-Studie im Auftrag von Bonial. Denn auch wenn die befragten 18 Unternehmen des Lebensmittelhandels – darunter zehn Selbstständige – seine Reichweite schätzen: Der Handzettel erreicht meist nur noch ältere Kunden ab 50 Jahren. An jüngeren, Smartphone-affinen Kunden rauscht das Papierformat dagegen oft vorbei. Konsequenz: Kaufleute nutzen immer stärker digitale Medien zur Angebotsverbreitung. Die eigene Homepage, Facebook, Portale wie Kaufda oder sogar eigene Apps. Solche Kanäle sind vergleichsweise kostengünstig, zielgenauer und somit individueller in der Ansprache. Zwei Drittel der Befragten glauben allerdings, dass der Papier-Handzettel auch in Zukunft nicht gänzlich verschwinden wird. Denn trotz der schon genutzten digitalen Kanäle gibt es für ihn aktuell noch keine gleichwertige Alternative mit ähnlich hoher Reichweite.

Wie kommunizieren Sie Ihre Wochenangebote?

Neue Werbung: Homepage und Facebook sind genauso wichtig wie Papier.



► Urteil des Monats



Online-Handel mit „Bio“

Der Handel mit Bio-Lebensmitteln im Internet setzt eine Zertifizierung durch eine Öko-Kontrollstelle voraus.

Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat mit Urteil vom 12.10.2017, Rs. C-289/16 entschieden, dass eine Bio-Zertifizierung für den Online-Handel verpflichtend ist, weil kein „direkter“ Verkauf vorliegt. Ein „direkter“ Verkauf nach Art. 28 Abs. 2 EG-Öko-Verordnung liegt nach Ansicht des EuGH nur unter gleichzeitiger Anwesenheit des Unternehmers, seines Verkaufspersonals und des Endverbrauchers vor. Eine Gleichstellung mit dem stationären Handel wurde nicht vorgenommen, weil gesetzliche Ausnahmen eng auszulegen sind. Das Urteil ist vom Bundesgerichtshof (BGH) umzusetzen. Dieser hatte die Frage vorgelegt, ob beim Online-Handel mit Bio-Lebensmitteln ein „direkter“ Verkauf vorliege.

Dieses Urteil wurde zusammengefasst von Dr. Antje Dau von der Wettbewerbszentrale, der größten Selbstkontrollinstitution der Wirtschaft für fairen Wettbewerb.