



**nahkauf**

*Nichts liegt näher*

**10 GRÜNDE FÜR NAHKAUF**



## Liebe Leser.

sind Sie engagierter Kaufmann mit Herz und Leidenschaft? Möchten Sie darüber hinaus Ihr eigener Chef sein und einen eigenen Lebensmittelmarkt leiten? Als Vorgesetzter von Mitarbeitern Verantwortung übernehmen und eigene Entscheidungen treffen? Dann sind Sie hier richtig: bei nahkauf!

nahkauf ist der attraktive Nachbarschaftsmarkt in Stadtrandlagen, in Gemeinden oder auf dem Land. Unter dem Dach der in vielen Ländern Europas erfolgreich agierenden genossenschaftlichen REWE Group entwickelt sich das

nahkauf-Konzept im Bereich der Nahversorgung zu einem der führenden Anbieter in Deutschland.

Kaufleuten, die an der Etablierung eines selbstständig betriebenen Nahversorgers Interesse haben, bietet REWE mit nahkauf das passende Konzept, die perfekt auf die Bedürfnisse eines Nahversorgers abgestimmte Unterstützung und die passenden Sortimente. Der nahkauf-Kaufmann kann auf die Erfahrung, die Unterstützung und die vielen Dienstleistungen eines erfolgreichen Akteurs im deutschen und europäischen Lebensmittel-

teleinzelhandel zurückgreifen. Das ist der beste Weg in die Selbstständigkeit, nicht alleine, sondern mit einem starken Partner.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann empfehlen wir Ihnen die Lektüre dieser kleinen Broschüre: „10 Gründe für nahkauf“. Und wenn Sie noch weitere Fragen haben, nehmen Sie doch gleich direkten Kontakt mit uns auf. Unter [feedback@nahkauf.de](mailto:feedback@nahkauf.de) wird Ihnen umgehend geholfen. Viel Spaß bei der Lektüre.



Ihr Peter Maly

Geschäftsführer REWE Markt GmbH







### 1. NAHKAUF - EINE VERTRIEBSLINIE DER REWE

Die Supermärkte der genossenschaftlichen REWE Group kennt in Deutschland jeder Verbraucher – ob sie nun REWE heißen, REWE CITY oder REWE CENTER, ob sie zentralsteig geführt werden oder von Partner-Kaufleuten. Die Marke REWE ist aus der deutschen Handelslandschaft nicht wegzudenken. Doch unter dem REWE-Dach sind noch weit mehr Marken integriert. Eine davon ist nahkauf. Das Nahversorgungskonzept ist an rund 400 Standorten in Deutschland präsent und wächst stetig. Für die Nahversorgung in Stadtrandlagen und dem ländlichen Raum ist nahkauf der kompetente Nachbarschaftsmarkt, der sich wachsender Beliebtheit erfreut. Das Ziel der REWE Group ist es, nahkauf im Nahversorger-Bereich bundesweit zur stärksten Vertriebsmarke auszubauen.



### 2. NAHKAUF - STARKE KAUFLEUTE

Die nahkauf-Märkte werden von selbstständigen Kaufleuten geführt. Die nahkauf-Kaufleute sind Teil der regionalen Genossenschaften, die die Grundlage der REWE Group bilden, und profitieren als Eigner von den Vorteilen dieser starken Gemeinschaft. Die Kaufleute haben die Möglichkeit, sich in regionalen und überregionalen Arbeitskreisen einzubringen und zu engagieren, um mit innovativen Ideen und Vorschlägen das nahkauf-Konzept stetig in ihrem Sinne weiterzuentwickeln.

### 3. NAHKAUF - BESONDERE KUNDENNÄHE

Besonders im Bereich der Supermärkte zeigt sich immer mehr, dass diejenigen Betriebe erfolgreich sind, die nah am Kunden sind und die Wünsche der Verbraucher kennen. Bei den selbstständigen nahkauf-Kaufleuten ist diese Kundennähe noch weitaus stärker ausgeprägt. Sie sind das glaubwürdige, lokale Gesicht und mit ihrem Markt der Mittelpunkt im Ort. Sie sind vielfach an ihrem Standort und in ihrer Region tief verwurzelt. Die Betreiber der nahkauf-Märkte legen großen Wert auf eine persönliche Beratung der Kunden, kurze Wege und ein breites Angebot an Lebensmitteln des täglichen Bedarfs. Die große Auswahl an frischen und regionalen Produkten ist eine besondere Stärke dieser Vertriebslinie. Durch die Nähe zu den Kunden kennen selbstständige nahkauf-Kaufleute deren Wünsche und Bedürfnisse ganz genau und lassen sie in ihr Sortiment einfließen.





#### 4. NAHKAUF - HOHE WIEDERERKENNUNG

Jede Vertriebslinie benötigt einen speziellen Wiedererkennungswert. Durch den einheitlichen Auftritt von nahkauf – sowohl bei der Außengestaltung, im Geschäft selbst als auch bei der Berufsbekleidung – weiß der Kunde: Hier bin ich bei nahkauf, hier bin

ich richtig. Der positive Gesamteindruck wird unterstrichen durch die ansprechende Präsentation des Sortiments, das durch den starken Partner REWE im Hintergrund optimiert wird. nahkauf nutzt das REWE-eigene Warenwirtschaftssystem für die optima-

le Marktsteuerung und bietet den Verbrauchern außerdem viele Serviceleistungen der Gruppe. Auch die attraktiven Kundenbindungsmaßnahmen der REWE Group wie Treuepunktaktionen und saisonale Sammelaktionen werden umgesetzt.



# nahkauf



#### 5. NAHKAUF - HILFE AUF DEM WEG IN DIE SELBSTSTÄNDIGKEIT

Der nahkauf-Kaufmann ist selbstständig, wird aber bei der Gründung oder auch Führung seines Marktes von ganz unterschiedlichen Fachabteilungen der REWE Group wirkungsvoll unterstützt. Ein Partner ist der Betriebsberater. Er berät selbstständige Kaufleute umfassend und begleitet neue Kaufleute auf dem Weg in die Selbstständigkeit. Die Beratung umfasst beispielsweise Standort einschätzungen, Personalbedarfs- und Finanzierungsplanung sowie

Wirtschaftlichkeitsberechnungen. Gemeinsam geplant werden Ladenlayouts und Investitionen. Bei Neueröffnungen werden Ablauf- und Bauzeitenpläne erstellt. Die REWE-eigenen Bauleiter helfen als kompetente Ansprechpartner bei Vorgesprächen und Baubesprechungen. Die Sortimentsplanung erfolgt mit Hilfe aller REWE-gestützten Systematiken.

Darüber hinaus erhalten nahkauf-Kaufleute über die Be-

triebsberater Unterstützung durch die Fachbereiche ihres Großhändlers wie die Expansionsabteilung, das kaufmännische Immobilienmanagement oder die Revisionsabteilung. Externe Dienstleister wie Steuer-, Finanz- und zertifizierte Energieberater können ebenfalls vermittelt werden. Nicht zuletzt bietet nahkauf seinen Kaufleuten unter bestimmten Voraussetzungen einen einmaligen Investitionskostenzuschuss.



## 6. NAHKAUF - VIELFÄLTIGES SORTIMENT

Das richtige Sortiment ist das A und O für den Markterfolg im Lebensmittelhandel. Auch in diesem Punkt wird der nahkauf-Kaufmann standortindividuell unterstützt und kann auf zahlreiche Artikel aus den REWE-Sortimenten zugreifen. Grund-, Zusatz- und Trendsortimente werden von dem starken Partner REWE geliefert, angepasst an die jeweiligen Kundenbedürfnisse. Kompetente Fachabteilungen

helfen bei der Suche nach regionalen und lokalen Lieferanten. Zusammensetzung und Präsentation des Sortiments erfolgen durch kompetente Hilfsmittel wie Layouts für Regalbelegungen, Platzbemessungsschlüssel und Einrichtungspläne. Wichtige Standbeine für nahkauf sind auch die attraktiven REWE-Eigenmarken, darunter ja!, REWE Beste Wahl, REWE Bio, REWE frei von, REWE Feine Welt

und viele mehr. Damit das Sortiment marktindividuell ausgerichtet und stets lückenlos verfügbar ist, werden die logistischen Prozesse an den Bedürfnissen der Verbraucher und ihrem Einkaufsverhalten ausgerichtet. Effiziente und systemgestützte Lieferprozesse unterstützen den Kaufmann vor Ort, um eine schmale Kostenstruktur einzuhalten und damit wettbewerbsfähig bleiben zu können.



## 7. NAHKAUF - TECHNIK MIT SYSTEM

Das reibungslose Funktionieren technischer Systeme ist heute für einen selbstständigen Kaufmann im harten Wettbewerb überlebenswichtig. Auch hier leistet REWE erfolgreich Hilfestellung. Die nahkauf Kaufleute können alle IT-Systeme und Erfolgsbausteine nutzen, die in mehr als 3.500 Standorten der REWE Group national erprobt, erfolgreich im Einsatz und perfekt auf die selbstständigen

Kaufleute abgestimmt sind. Automatische Bestellverfahren mit leistungsstarken Geräten zur mobilen Datenerfassung gehören ebenso dazu wie die Möglichkeit der Durchführung von Online-Inventuren oder die Informationsübermittlung durch das Einzelhandelsdienstleistungsportal. Der Unternehmenserfolg wird auch durch Tools wie Umsatzberichte, Auswertungen zu Rohertrag und Spanne oder

Renner-Penner-Übersichten gesteuert. Moderne Scannerkassen inklusive aller bargeldlosen Abrechnungsmöglichkeiten sind Standard, wobei die kostenlose Bargeldabhebung über das Kassensystem als Zusatznutzen für den Verbraucher angeboten wird. Die von nahkauf genutzte Hardware des Warenwirtschaftssystems wird durch die Möglichkeit des Leasings immer auf dem aktuellsten Stand gehalten.



## 8. NAHKAUF - ZIELGERICHTETE KOMMUNIKATION

Wer Gutes tut, sollte auch darüber reden. Eine kompetente und zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit gehört heute zu den unverzichtbaren Instrumenten einer erfolgreichen Marktführung. nahkauf-Kaufleute verfügen auch in diesem Bereich über eine Vielzahl von Instrumenten, bei denen sie von ihrem Betriebsberater tatkräftig unterstützt wer-

den. So gibt es eine REWE-eigene Kommunikationsplattform zum Netzwerken und Informationsaustausch für alle Kaufleute. Die REWE-Systeme können bei Neu- oder Wiedereröffnungen zur strukturierten Pressearbeit genutzt werden sowie zur Vorbereitung und Durchführung von Marktbesuchen beispielsweise durch Politiker. Einmal

pro Jahr wird eine standardisierte Kundenbefragung durch ein externes Marktforschungsinstitut in allen nahkauf-Märkten durchgeführt, welche wertvolle Hinweise auf die Kundenzufriedenheit gibt. Gleiches gilt für die alle zwei Jahre erfolgende Mitarbeiterbefragung.



## 9. NAHKAUF - NACHHALTIG HANDELN

Nachhaltiges Handeln und soziales Engagement gehören zur DNA der nahkauf-Kaufleute. Im Sortiment, auf Mitarbeitererebene und im Bereich Klima und Umwelt ist nachhaltiges Handeln ein unverzichtbares Element der täglichen Arbeit. Dazu gehört auch das

soziale Engagement: über Spendenaufrufe und Aktionen zugunsten der Tafeln oder über Events für Schulen, Kindergärten und Anwohner. Hier wird das gesellschaftliche Engagement der nahkauf-Kaufleute transparent. Und nicht zuletzt: Mit der

Unterstützung der Charity-Aktion „Ein Herz für Kinder“ von Bild hilft e.V. schaffen die nahkauf-Kaufleute eine große Medienpräsenz auch auf nationaler Ebene. Das Engagement für diese Hilfsaktion ist ein wichtiger Bestandteil im Erfolgskonzept nahkauf.



## 10. NAHKAUF - INFORMATIONSAUSTAUSCH UND AUSBILDUNG

nahkauf-Kaufleute gehören zur großen genossenschaftlichen REWE-Familie. Damit können sie an den Jahrestagungen von nahkauf und REWE teilnehmen, die Informationsmedien der REWE Group wie das „ECHO!“-Magazin und die Infoplattform „One“ nutzen und sich per Newsletter oder Wocheninfo über aktuelle Themen infor-

mieren. Gemeinsame Aktivitäten mit anderen interessierten Kaufleuten wie Studienfahrten, Warenbörsen, Gourmet- und Delikatessenforen geben zusätzliche Anregungen für das Tagesgeschäft. Und selbstverständlich ist auch die Aus- und Weiterbildung ein besonders wichtiges Thema. Es gibt zur Weiterbildung ein „Führungskräfte-

Entwicklungsprogramm“ sowohl für Nachwuchskräfte aus den Märkten als auch für Jungkaufleute und E-Learning-Kurse für Kaufleute und Marktmitarbeiter. Auszubildende aus dem nahkauf-Bereich können am REWE-eigenen Ausbildungsprogramm teilnehmen.





**nahkauf**

Impressum  
Herausgeber: REWE Markt GmbH  
Domstraße 20  
50668 Köln

Tel.: +49 221 149-0  
Fax: +49 221 149-9000

Verantwortlich: Raimund Esser  
Redaktion: Raimund Esser  
Bildnachweis: Tomas Rodriguez, Achim Bachhausen  
E-Mail: [feedback@nahkauf.de](mailto:feedback@nahkauf.de)  
Web: [www.nahkauf.de](http://www.nahkauf.de)