

19.06.2008, Köln/München, Rewe Group -

REWE-Chef CEO Caparros fordert "Revolution" im Lebensmitteleinzelhandel

REWE-Chef: "Nachhaltigkeit, Allianzen statt Konzentration sowie verstärkte Kooperation Industrie/Handel als zentrale Herausforderungen"

"Wenn wir nicht mit unseren traditionellen Geschäftsmodellen brechen, fährt die Ernährungsbranche - Handel und Industrie - sehenden Auges vor die Wand." Mit diesen drastischen Worten warnte der Vorstandsvorsitzende der REWE Group, Alain Caparros, vor dem einfachen und oft nur bequemen 'Weiter so' im scharfen Wettbewerb des deutschen und europäischen Lebensmittelhandels. "Wir müssen unser Geschäft in zentralen Punkten verändern. Wir müssen in Teilen revolutionieren. Und wir müssen schnell damit anfangen", forderte Caparros heute vor mehr als 600 Teilnehmern aus über 50 Ländern auf dem 52. CIES World Food Business Summit in München.

Die konsequente Orientierung an den Prinzipien der Nachhaltigkeit und der sozialen Verantwortung bezeichnete der REWE-Chef als eine der zentralen Herausforderungen: "Die Kunden im Lebensmittelhandel erwarten sehr viel mehr als niedrige Preise. Sie wollen faire Preise." Das hätten jüngst die Auseinandersetzungen um den Milchpreis eindrucksvoll belegt. Der Lebensmittelhandel befinde sich mitten in einem neuen qualitativen Wettbewerb um das Kundenvertrauen. Die Unternehmen müssten deshalb entlang der gesamten Wertschöpfungskette zukunftsweisende Antworten auf drängende ökologische und soziale Fragen geben. Die Entscheidung der REWE Group, seit Beginn dieses Jahres ihren Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien zu beziehen, sei dafür beispielhaft.

< ... >

Caparros setzte sich beim 52. CIES World Food Business Summit auch für ein neues, verbessertes Verhältnis von Handel und Konsumgüterindustrie ein. Alte Gegensätze und veraltete Denkmuster müssten überwunden werden. "Unsere Kunden nehmen uns, Handel und Industrie gemeinsam, als Dienstleister wahr", so der REWE-Chef. "Sie erwarten von uns, dass wir Ihre Bedürfnisse frühzeitig erkennen und immer bessere Lösungen anbieten und echten Mehrwert schaffen." Konkrete Ansatzpunkte für die konsequent kundenorientierte Kooperation von Handel und Industrie seien beispielsweise mehr wirklich innovative Produkte. Über 80 Prozent aller vermeintlichen Produktinnovationen der Konsumgüterindustrie seien nach einem Jahr mangels Erfolg wieder aus den Regalen des Einzelhandels verschwunden. "Mit dem Wissen über die Kundenbedürfnisse, das wir als Händler beisteuern können, hätten Industrie und Handel gemeinsam viel größere Chancen, den Kunden wirkliche Innovationen anzubieten", sagte Caparros.

< ... >

Please note:

eNews and Background Info by [TraceConsult™](#) are for information purposes only and come from sources we believe to be reliable. However, no liability can be assumed for the correctness of facts reported or any predictions made. Views and opinions expressed are entirely those of their authors and do not necessarily reflect those of [TraceConsult](#).

Please let us know [here](#) if you wish to unsubscribe or change your eMail address.

Visit our ethical headlines [eNewsticker](#)

Genève
Switzerland

www.TraceConsult.ch

News@TraceConsult.ch

 Please, consider the environment before printing this eMail.