



Die effizienteste Frischelogistik macht's möglich: Exoten aus aller Welt immer frisch bei Gebauer's. Foto: z

Gebauer's E-Frische Center: Knüllerpreise in 2007

# Das Jahr fängt gut an

Die EDEKA-Genossenschaft feiert 2007 ihr 100-jähriges Bestehen

Was vor 100 Jahren in Berlin mit 21 Kaufleuten begann, ist heute mit 5.833 EDEKA-Kaufleuten und 10.834 Geschäften zum festen Bestandteil des deutschen Einzelhandels gewachsen. Mehr noch: EDEKA ist seit Jahren die Nummer eins im deutschen Lebensmittel-einzelhandel. Zum Jubiläum verspricht die EDEKA in diesem Jahr absolute Knüllerpreise.

Das Motto der Gründungsväter der Genossenschaftsidee hieß: „Zusammenarbeit der Schwachen in Genossenschaften, um mit den Starken konkurrieren zu können, ohne dass dabei das dynamische Prinzip des Wettbewerbs zerstört wird.“ Im Vordergrund der genossenschaftlichen Idee stand der Fördergedanke, der auch noch heute im Genossenschaftsgesetz

(GenG § 1) festgeschrieben ist. Ein Prinzip, dass auch heute noch den selbständigen Lebensmitteleinzelhändlern, wie zum Beispiel Manfred Gebauer, zum Erfolg verhilft.

Dabei nutzen selbständige Einzelhändler die Einkaufsgemeinschaft und den Erfahrungsaustausch, um im Verdrängungswettbewerb mit Discoun-

tern und Großfilialisten konkurrenzfähig zu bleiben. Und nicht nur das: Durch den eigenverantwortlichen Unternehmer in seinem eigenen Geschäft haben sich viele Mitglieder der EDEKA einen Wettbewerbsvorsprung gesichert.

Die EDEKA ist mit bundesweit über 10.000 Auszubildenden der größte Ausbilder der Branche und hat die mit Abstand effizienteste Frischelogistik aufgebaut.

Manfred Gebauer ist seit 40 Jahren überzeugter „Edekaner“ und als stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender

der EDEKA Südwest maßgeblich am Erfolg der Genossenschaft beteiligt. Gebauer's E-Frische Center in Bonlanden ist zu einem absoluten Vorzeigeeobjekt innerhalb der EDEKA gewor-

den und gilt als die erfolgreichste Neueröffnung eines privaten E-Center in der Geschichte der EDEKA.

Zum Jubiläum hat sich die Genossenschaft einiges einfallen lassen; vor allem aber wird es für die Kunden echte Jubiläumsangebote geben, an die sich die Kunden schon heute freuen können.

*„Es gibt das EDEKA-Dach und darunter agieren die Kaufleute. Meier oder Müller ist die Marke vor Ort. Der Kaufmann muss sich vor Ort zur Marke entwickeln, die Großhandlung kann ihn dabei zwar unterstützen, was zählt, ist aber die Leistung vor Ort.“*

**Harald Rissel, Sprecher der Geschäftsführung EDEKA Südwest**