

30
JAHRE



30
JAHRE

intergast
Und Dein Rezept  funktioniert



Liebe Leserin, lieber Leser,

wow, unfassbar: 30 Jahre INTERGAST! 1988 wurde mit viel Weitblick eine Gemeinschaft gegründet, die mittlerweile 41 Mitgliedsunternehmen umfasst.

Was 1988 mit enormem Mut und großer Verantwortung auf die Beine gestellt wurde, hat sich über Jahrzehnte hinweg zu der Gruppe entwickelt, die ich Ihnen nun mit diesem Jubiläumsmagazin näherbringen möchte.

Ich zitiere hier Henry Ford:

”

**WER IMMER TUT,
WAS ER SCHON
KANN, BLEIBT
IMMER DAS, WAS
ER SCHON IST**

“

Das drücken wir mit unserer Arbeit am besten aus. Denn **INTERGAST** hat während der letzten 30 Jahre ihre **Wandlungsfähigkeit** bewiesen und ist mit ihren Mitarbeiterinnen, Mitarbeitern sowie allen Mitmachern viele Schritte gemeinsam nach vorne gegangen.

Traditionen sind tief verankert in all unserem Tun. Die Chance, **gemeinsam die Zukunft zu gestalten**, gibt uns Freiräume für neue Ideen und Erfolge. Digitalisierung, technische Fortschritte und veränderte Anforderungen an Lebensmittel sind für uns als Verbund wichtige Erkenntnisse.

Diese **Herausforderungen** gilt es heute wie morgen mit neuen Lösungen, Eigenmarken, Ideen und Konzepten anzupacken.

Danke für 30 Jahre Zusammenarbeit!

Für ein Jubiläum, auf das wir gemeinsam stolz sein können und das wir zu Recht auch feiern werden. Auf weitere erfolgreiche Jahrzehnte im Verbund der **INTERGAST** und zahlreiche tolle Momente!

Herzlichst
Ihr Ralf Lambert
Geschäftsführer INTERGAST

UNSER ERFOLGS- REZEPT:

30 JAHRE

MAN NEHME:

- ♥ über 700.000 anspruchsvolle Kunden
- ♥ 41 Mitglieder mit Herzblut
- ♥ mehr als 11.000 Mitarbeiter, davon 580 Vertriebsprofis
- ♥ 150 Food-Service-Standorte
- ♥ 950 LKWs voller Qualität und Frische in 4 Ländern: Deutschland, Österreich, Schweiz, Luxemburg
- ♥ 800 Produkte unter MASTER CHEF EDITION, Cuisine Noblesse, Monte Castello Professional
- ♥ 1 Service-Zentrale inmitten des Schwarzwaldes
- ♥ 30 Jahre Erfahrung

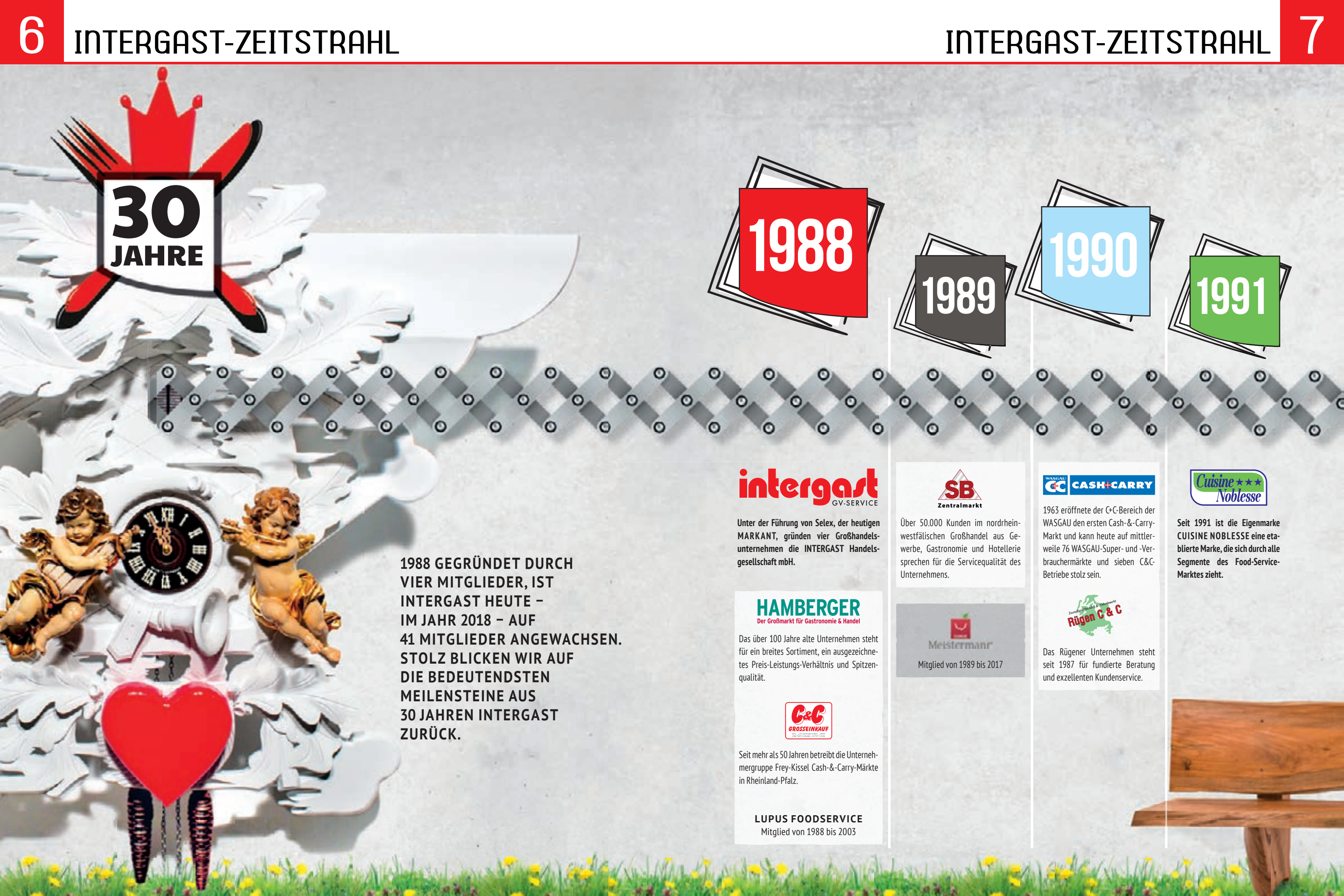
**ALLE KOMPONENTEN GUT VERMISCHEN -
UND DEIN REZEPT FUNKTIONIERT!**



Das ist

intergast

Und Dein Rezept funktioniert



**30
JAHRE**

**1988 GEGRÜNDET DURCH
VIER MITGLIEDER, IST
INTERGAST HEUTE –
IM JAHR 2018 – AUF
41 MITGLIEDER ANGEWACHSEN.
STOLZ BLICKEN WIR AUF
DIE BEDEUTENDSTEN
MEILENSTEINE AUS
30 JAHREN INTERGAST
ZURÜCK.**

1988

intergast
GV-SERVICE

Unter der Führung von Selex, der heutigen MARKANT, gründen vier Großhandelsunternehmen die INTERGAST Handelsgesellschaft mbH.

HAMBERGER
Der Großmarkt für Gastronomie & Handel

Das über 100 Jahre alte Unternehmen steht für ein breites Sortiment, ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis und Spitzenqualität.



Seit mehr als 50 Jahren betreibt die Unternehmerrgruppe Frey-Kissel Cash- & Carry-Märkte in Rheinland-Pfalz.

LUPUS FOODSERVICE
Mitglied von 1988 bis 2003

1989

SB
Zentralmarkt

Über 50.000 Kunden im nordrhein-westfälischen Großhandel aus Gewerbe, Gastronomie und Hotellerie sprechen für die Servicequalität des Unternehmens.

Meistermann

Mitglied von 1989 bis 2017

1990

WASGAU CASH+CARRY

1963 eröffnete der C+C-Bereich der WASGAU den ersten Cash- & Carry-Markt und kann heute auf mittlerweile 76 WASGAU-Super- und -Verbrauchermärkte und sieben C&C-Betriebe stolz sein.

Rügen C & C

Das Rügener Unternehmen steht seit 1987 für fundierte Beratung und exzellenten Kundenservice.

1991

**Cuisine ★★★
Noblesse**

Seit 1991 ist die Eigenmarke CUISINE NOBLESSE eine etablierte Marke, die sich durch alle Segmente des Food-Service-Marktes zieht.

1992

1993

1994

1995

1996

1997

1998

1999

2000



Seit fünf Generationen steht das Familienunternehmen für Vielfalt, Leistung und Genuss.

Gulden & Schmidt

Mitglied 1993 bis 2017

EHNINGER

Mitglied 1993 bis 2003



Das Verpflegungs-Management-System à la carte F&B wird entwickelt und durch die INTERGAST-Partner vertrieben.



Seit 100 Jahren ist der Familienbetrieb mit Leidenschaft im Großhandel tätig.



Umfangreiches Sortiment, schnelle Lieferung und beste Qualität – dafür steht Schwannberger im Bayerischen Wald seit über 30 Jahren.



In Hessen und Rheinland-Pfalz versorgt Fritz Römer Kunden aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung.



Bereits in der fünften Generation unter Familienführung steht Enders für Partnerschaft im Fleischerhandwerk.



„Immer eine Idee voraus.“ Nach diesem Motto passt sich das familiengeführte Unternehmen seit 1822 immer wieder den veränderten Kundenwünschen an.



Am Rhein zu Hause, geht der 1950 gegründete Vollsortimenter flexibel und kompetent auf alle Kundenwünsche ein.



Der Familienbetrieb in der vierten Generation steht für Vielfalt und Flexibilität. Neben dem kompletten Lebensmittelsortiment hat sich Neitzer auf die Verarbeitung von Wild spezialisiert.

10 JAHRE INTERGAST

Unter dem Motto „Erfolgreich in die Zukunft“ feiert INTERGAST in Karlsruhe ihr 10-jähriges Jubiläum.



1834 gegründet, hat das Unternehmen heute 400 Mitarbeiter und ist im Bereich Cash & Carry tätig, betreibt aber auch Tankstellen und Verbrauchermärkte.



Die Vertriebskooperation INTERGAST NATIONAL wird gegründet. Gemeinsam wollen die INTERGAST-Partner überregionale und nationale Kunden in der Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung beliefern.



Seit über 150 Jahren ist die PROHOGA Partner der Gastronomie im südwestdeutschen Raum.





2001

2002

2003

2004

2005

2006

2007

2008



Kundennähe und innovatives Denken stehen bei Netzhammer seit über 30 Jahren im Vordergrund.



Das Unternehmen blickt auf eine 80-jährige Tradition zurück. Heute ist die MEGA die größte deutsche Fleischergenossenschaft und als Vollsortimenter tätig.



Mit hohen Qualitätsstandards sorgt Discher seit 1981 für Kundenzufriedenheit am Rhein.



Das in Niedersachsen ansässige Unternehmen überzeugt als Fruchthändler und Vollsortimenter seit Generationen durch Frische und Qualität.



Der Spezialist für italienische und asiatische Lebensmittel mit Sitz in Nürnberg versorgt an fünf Standorten Partner aus Gastronomie und Hotellerie.



1951 als Lieferdienst gegründet, entwickelte sich das Familienunternehmen bis heute zu einem der führenden Gastronomie-Großhändler im süddeutschen Raum.



Zusammen mit Service-Bund gründet INTERGAST 2003 die GV Food Union. Diese strategische Kooperation stärkt gemeinsam den mittelständischen Großhandel. Die GV Food Union erreicht einen Marktanteil von ca. 25 % und wird so zu einem der wichtigsten Marktteilnehmer.

1. INTERGAST FORUM

in Kassel mit 77 Ausstellern



Seit 30 Jahren ist das GAFATEAM als Einkaufs-, Handels- und Marketingverbund von inhabergeführten, regionalen und flexiblen Mittelständlern am Markt.



Mit 90 Jahren Erfahrung steht Schwarz+Hansen für Kompetenz und Zukunftsorientierung im GV-Zustellgroßhandel.



Mit langjähriger Erfahrung und einem breiten Sortiment ist Prima-Food kompetenter Ansprechpartner für Kunden im nördlichen Deutschland.



1982 wurde Isarfrost gegründet und überzeugt bis heute als Partner im Großverbraucherservice durch Kompetenz, Zuverlässigkeit und Service.



Gastro Service ist der verlässliche Partner im norddeutschen Raum, wenn es um individualisierte Lösungen geht.



Seit über 100 Jahren im Markt, hat sich das Unternehmen durch seine Produktvielfalt und Flexibilität als Großhändler im Norden Deutschlands einen Namen gemacht.

RATIO

Mitglied 2005 bis 2011



Als Einkaufsverbund von 31 Großhandelsunternehmen für Fleischereibedarf bündelt die Dagema seit 1953 die Einkaufsaktivitäten der Unternehmensgruppe und ist eine der leistungsstärksten Europas.



Die Zentralgenossenschaft des europäischen Fleischerhandels ist seit 1947 die zentrale Anlaufstelle für das Fleischerhandwerk. Ihren Mitgliedern bietet sie vielfältige Handels- und Dienstleistungsangebote.



Der Spezialist für Tiefkühlkost versorgt Kunden im Norden Deutschlands. Ein umfangreiches Frische- und Trockensortiment ergänzt das Angebot von H&F.

20 JAHRE INTERGAST

INTERGAST feiert 20-jähriges Jubiläum! Die INTERGAST-Gruppe ist in zwei Jahrzehnten zu einem der Big Player in der Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung geworden.



2009

2012

2013

2016

2017

2018



Mit Produkten rund um die süd-ländische Küche bedient die Marke MONTE CASTELLO PROFES-SIONAL mediterrane Geschmacks-vorlieben. Hier schlagen Herzen höher.



Einführung des eigenen Webshops sowie der eigens entwickelten iPad-Anwendung.



Die INTERGAST-Eigenmarken werden nun auch in Österreich und der Schweiz vertrieben.

intergart
Und Dein Rezept funktioniert

Der neue Claim versinnbildlicht, wie durch sehr gute Qualität, ein umfangreiches Sortiment und enge Zusammenarbeit von Einzel-nen als Verbund ein Projekt erfolg-reich gelingt – ganz im Sinne von „Und Dein Rezept funktioniert“.



Im März hat INTERGAST den ersten Auftritt auf der Internorga in Hamburg, der Leit-messe für den Außer-Haus-Markt.



MASTER CHEF EDITION GARNELE

Die Marke MASTER CHEF EDITION erwei-tert das Eigenmarken-Sortiment um absolute Premiumprodukte mit Nachhaltigkeit und Transparenz. Das erste Produkt der neuen Marke: Garnelen aus den Mangrovenwäldern.



MASTER CHEF EDITION BEEF

Das zweite Premiumprodukt ist unter der Marke MASTER CHEF EDITION auf dem Markt. Bestes argentinisches Rindfleisch steht für authentischen Genuss mit gutem Gewissen. Die Rinder ver-bringen ihr Leben unter freiem Himmel und werden nur von er-fahrenen Gauchos gezüchtet.

30 intergart
JAHRE Und Dein Rezept funktioniert

Bereits seit 30 Jahren sorgt INTERGAST bis heute gemeinsam mit allen Mit-gliedern und Lieferanten für Qualität und Geschmack in den Küchen zahl-reicher Kunden aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung. Wenn das kein Grund zum Feiern ist! Und genau das machen wir auch im Jubiläumsjahr 2018.



MASTER CHEF EDITION FISCH

Die Mission: beste Qualität und Verantwortung für die Umwelt. Somit ist die Lieferkette transparent bis auf den Teller im Gastraum. Händische Filetierung für besonders hochwertige Zuschnitte und nachhaltige Fischerei sind im Geschmack spürbar.

INTERGASTRA
Die ganze Welt des Gäste-Business

Im Februar hat INTERGAST ihren ersten Auftritt auf der Intergastra in Stuttgart, der Fachmesse für Hotellerie und Gastronomie.



Das neue, überarbeitete EDV-System für die Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung bietet mit 20 individuellen Bausteinen und einer modernen Strukturierung Hilfestellungen für alle täglichen Aufga-ben im Küchenmanagement.



Seit über 90 Jahren und mittlerweile in der vierten Generation ist das Fami-lienunternehmen Rullko ein vertrau-ensvoller Partner und Lösungsanbie-ter für seine Kundschaft.

LUDWIG NEGER
Mitglied von 2009 bis 2013



Mit 16 C&C-Märkten und dem Liefer-großhandel ist die Handelshof-Gruppe Ansprechpartner für Kunden in NRW und Norddeutschland.



Neben dem breiten Sortiment zeich-net das Braunschweiger Unternehmen ASLAN Import vor allem die langjährige Erfahrung mit eigenen Gastronomie-betrieben aus.



Die Wurzeln des Tiroler Traditionsbetrie-bes reichen zurück bis ins Jahr 1904. Das Handelshaus Wedl zählt zu Österreichs Top-10-Lebensmittelbetrieben.



Auf einer Verkaufsfläche von über 4.000 m² bietet MIGROMA ca. 12.000 Artikel an und beliefert Kunden in Hockenheim und Um-gebung.

EV Service GmbH

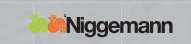
Die EV Service GmbH ist die Einkaufsgesell-schaft der Evenord eG. Frische und Qualität mit Leidenschaft sind das oberste Gebot.



Die Chef De Cuisine erscheint im neuen Look – frisch, aktuell, in-spirierend und gerichtet an alle Entscheider und weltoffenen Menschen aus Gastronomie, Ho-tellerie und Gemeinschaftsver-pflegung.



Mit 1.100 Mitarbeitern, 35.400 Artikeln und 140 Kühllastwagen ist LA PROVENCE das größte Zentrum für Lebensmittelgroßhandel und -vertrieb in der Region Luxemburg.



Mitglied von 2016 bis 2017

Rainer Hartmann

”

Wie alles begann ...

EINE ZEITREISE ZU DEN ANFÄNGEN VON INTERGAST



Herr Hartmann, Sie waren der erste Geschäftsführer von INTERGAST und haben somit die Anfänge im Jahr 1988 miterlebt. Was ist Ihnen als entscheidender Moment während der Gründungsphase im Gedächtnis geblieben?

Entstanden ist INTERGAST aus ihrer Historie heraus in den späten 80ern. Einige Mitglieder der Selex, spätere MARKANT, sagten der Zentrale: „Ihr müsst für eure Kunden im Bereich Großverbraucher etwas tun, sonst läuft uns im Wettbewerb mit etablierten Anbietern die Zeit weg und wir kommen ins Hintertreffen.“

Als Reaktion entschloss sich damals die Selex-Zentrale in Offenburg, jemanden für eine Neustrukturierung zu suchen. Ein Headhunter sprach Leute deutschlandweit in der gesamten Branche an und so kam ich dann ins Gespräch. Damals war ich bei Rewe in Hamburg als geschäftsführender Gesellschafter tätig. Man kontaktierte mich und nach einigen ersten Treffen gab es in Offenburg ein offenes Gespräch. Die Vorstellungen der Selex waren zu Beginn der Gespräche konträr zu meinen, aber am Ende kamen wir zusammen und packten das Projekt INTERGAST an.

Wie gingen Sie die Arbeit und die neue Unternehmensidee an?

Am 2. Januar 1988 begann ich meine Arbeit in der Englerstraße in Offenburg gemeinsam mit Herrn Kiel, einem Mitarbeiter der MARKANT, in einem 15 m² großen Zimmer mit zwei Schreibtischen und zwei Bürostühlen. Damit war der Raum damals mehr als gefüllt und man konnte sich kaum mehr drehen. Wir überlegten in unserem kleinen Büro, was wir machen könnten, und merkten relativ schnell, dass unsere Vorstellungen sich nicht immer mit denen von anderen Mitgliedern deckten. So begannen damals Gespräche und die Überzeugungsarbeit vor Ort bei Lieferanten und den Großhändlern zugleich. Es war schwierig, die individuellen Leistungen zu erfahren. Die ersten Monate waren knochenhart. Gerade wurde die Selex in die MARKANT integriert und alle Augen waren auf diesen neuen Verbund gerichtet. MARKANT verhandelte nach wie vor die Zentralkonditionen, die spätere Gesellschaft INTERGAST sollte die „Hauskonditionen“ im aktiven Warengeschäft koordinieren.

Wie entstand der Name INTERGAST?

Wir schlugen „SGS“ – Selex-Großverbraucher-Servicegesellschaft – vor, doch es dauerte nicht lange und es kam der Widerspruch eines bedeutenden Selex-Partners. „SGS“ war zu nah an seinem Firmennamen, und bevor es Verwechslungen geben konnte, musste ein neuer Name definiert werden. So entstand in einem Puzzlespiel der heutige Name INTERGAST. Kaum waren Name und Logo angemeldet, bekamen wir erneut Wind von vorne. Die Gesellschaft Intergastra in Stuttgart, ein Messeveranstalter, funkte uns wegen des Namens dazwischen. So vereinbarten wir letztendlich als Kompromiss, dass unter unserem Namen/Logo keine eigenen öffentlichen Messen veranstaltet werden.

Einige Herausforderungen galt es also anzunehmen. Wie ging es weiter?

Zufrieden konnten wir endlich loslegen. Mit vier Gründungsgesellschaftern begannen wir unsere weiteren Verhandlungen. Parallel führten wir erste Industriegespräche. Damals gab es schon bedeutende Marktteilnehmer: Nestlé, Knorr, Meistermarken und Markenteam. Wären diese vier großen Industriepartner nicht gewesen, hätten wir INTERGAST nicht stemmen können. Aus jahrelanger vertrauensvoller und erfolgreicher Zusammenarbeit mit diesen Unternehmen hatte ich mir einen „Vertrauensbonus“ erarbeitet und so bekamen wir auch die notwendige Unterstützung. Die Industrie wollte jedoch auch wissen, welche Gegenleistungen sie für ihre Angebote erhalten würden. Es wurden Listungsunterschiede deutlich, die es galt von Seiten INTERGASTS zu begründen. Es lag an mir, eine Basis für Vertrauen zu schaffen und dieses Ziel zu erreichen. Wir stellten uns zu Beginn mit vier Gesellschaftern einem nationalen Wettbewerb. Als ich 2006 aufhörte, konnten wir unseren Umsatz im guten dreistelligen Millionenbereich verzeichnen.

Ich fuhr durch Deutschland, verkaufte die Idee INTERGAST und überzeugte neue Gesellschafter, nicht nur innerhalb der MARKANT. So haben wir in 19 Jahren, in denen ich INTERGAST führte, das Unternehmen aufgebaut. Wir entwickelten Step by Step und systematisch unseren Verbund weiter und waren immer darauf bedacht, alle Mitglieder gleich und fair zu behandeln und zufrieden zu stellen. Der Ursprung war bei vielen Großhändlern hauptsächlich das G+C-Geschäft, was sich auch im Laufe der Jahre durchaus wandelte hin zum Zustellbereich. Durch die

veränderten Anforderungen mussten wir Logistik neu überdenken. Marketing und Vertrieb bauten wir ebenso allmählich auf. Mit einem ersten Folder von vier Seiten und 18 bis 24 Produkten machten wir monatlich auf unsere Angebote aufmerksam. Die Eigenmarken wie „Cuisine Noblesse“ wurden sorgfältig und behutsam entwickelt, wobei wir immer die Qualität in den Vordergrund stellten.

Was waren die größten Hürden, die Sie und die INTERGAST zu Beginn nehmen mussten?

Die größten Hürden lagen in der Skepsis, dass eine solche Aufgabe überhaupt Erfolg haben könnte, und zwar sowohl im Industriebereich als auch bei den Mitgliedern. Es gab in den ersten beiden Jahren zahlreiche Probleme und auch Schwierigkeiten und ohne Unterstützung einiger „Mitstreiter“ bei den Gesellschaftern und im eigenen Haus hätte es auch schiefgehen können. Aber mit den ersten Erfolgen und der Integration weiterer Gesellschafter konnten wir unseren eingeschlagenen Weg erfolgreich fortsetzen. Natürlich verläuft der Aufbau eines Unternehmens über so viele Jahre nicht immer nur erfolgreich. Es gab auch schmerzhaftes Rückschläge. Ich erinnere mich noch genau an den Tag, als ich die Mitteilung erhielt, dass ein bedeutender Partner aus dem INTERGAST-Verbund ausscheidet und sich einer anderen Organisation anschließt. Das war ein richtiger Tiefschlag für mich. Ich dachte sofort an die Konsequenzen bei den anstehenden Gesprächen mit der Industrie und die Außenwirkung auf den Markt. Aber auch diese schwierige Phase haben wir gut gemeistert.

Was war der schönste Moment in Ihrer Laufbahn als INTERGAST-Geschäftsführer?

Ich weiß nicht, ob es den schönsten Moment gab, es gab viele schöne Momente. Für mich war es immer ein gutes Gefühl, wenn es mir gelungen war, ein neues Unternehmen überzeugt zu haben, zu INTERGAST zu kommen. Ich hatte zum Beispiel damals sehr um die VLG gekämpft. Die VLG war sehr bedeutend und am Markt etabliert und es brachte uns nach vorne, als dieser Partner zu uns wechselte. Auch war es lange undenkbar, dass INTERGAST und Service-Bund eine gemeinsame Einkaufsgesellschaft „GV Food Union“ gründeten. Dieser Zusammenschluss und die Bündelung der Kräfte waren ebenfalls ein echtes Highlight für mich. Aber vielleicht war mein schönster Moment der, als wir die Gründungsinvestitionen nach nur drei Jahren begleichen konnten. So etwas vergisst man nicht, zumal wenn es viel schneller gelingt als geplant. Und stolz bin ich darauf, dass kein einziges Unternehmen uns verlassen hat, weil die Leistung nicht stimmte.

Was wünschen Sie INTERGAST für die Zukunft?

Zunächst freue ich mich über die 30 Jahre, die INTERGAST jetzt schon erfolgreich am Markt tätig ist, und hoffe natürlich noch auf viele weitere gute Jahre. Dann wünsche ich INTERGAST Kontinuität in der Führung und den weiteren Ausbau der Mitgliederstruktur. Die Herausforderungen der kommenden Jahre sind andere als zu meiner Zeit; sie zu erkennen und gemeinsam zu meistern, das wünsche ich INTERGAST von ganzem Herzen.

“



30 Jahre INTERGAST. Das ist eine stolze Zahl. Sie selbst sind seit 2015 Geschäftsführer von INTERGAST. Wie sind Sie mit der Herausforderung als Geschäftsführer umgegangen?

Es galt die Herausforderung anzunehmen, ein Unternehmen, das seit 1988 erfolgreich am Markt ist, weiterhin für die Zukunft zu rüsten. Ein so stark personifiziertes Business erfordert Gespräche und Entscheidungen von Mensch zu Mensch. Wir legen im Team größten Wert darauf, fair und offen alle Entscheidungen zu diskutieren und von allen Seiten zu betrachten. Der Umgang mit Mitarbeitern und Gesellschaftern ist bei INTERGAST sehr von gegenseitigem Respekt geprägt und so erfordert es auch ein Stück weit Mut, Schritte gemeinsam zu gehen, die alle Beteiligten weiterbringen. Dieser Mut wird eben am Ende des Tages auch meistens belohnt. Wenn man Risiken eingeht, ist das immer auch eine Chance, einen Schritt nach vorne zu gehen und etwas zum Positiven zu verändern.

Sie mussten während dieser Zeit sicher auch einige schwierige Entscheidungen treffen. Wie gehen Sie mit solchen Situationen um?

Es liegt in der Natur der Dinge, dass in einem solchen Prozess auch Entscheidungen getroffen werden müssen, die unter Umständen nicht ganz einfach sind. Aber auch diese Situationen können und müssen gelöst werden. Es geht dann in erster Linie darum, Feedback einzuholen, sich zu besprechen und gemeinsam abzustimmen. Und in letzter Konsequenz ist es wichtig, dass man Entscheidungen, die getroffen wurden, auch tatsächlich in die Tat umsetzt.

Was sind Ihrer Meinung nach die bedeutendsten Meilensteine in der nun 30-jährigen INTERGAST-Geschichte?

Ich denke, ein ganz wesentlicher Meilenstein war bereits die Gründung von INTERGAST vor 30 Jahren. Die Erkenntnis, dass es viele Vorteile bringt, wenn der Mittelstand sich zusammenschließt, war damals ein großer Schritt.

Man war bereit an Gemeinsamkeiten zu denken. Das war 1988 sehr fortschrittlich gedacht. Heute begegnet man Kooperationen offener, aber vor 30 Jahren war ein solches Projekt sicherlich noch keine einfache Aufgabe. Abgesehen davon war die Entscheidung, Eigenmarken zu produzieren, ein wirklich großer Meilenstein für die INTERGAST. Durch die Implementierung der Eigenmarken-Sortimente konnten wir uns im Markt klar behaupten.

Bleiben wir bei den Eigenmarken. Das Sortiment wird immer stärker ausgebaut, gerade wurden die neuen Produkte der Premiummarke MASTER CHEF EDITION Fisch vorgestellt. Was sind die nächsten Ziele im Hinblick auf die INTERGAST-Eigenmarken?

Hier wird uns der Markt zeigen, wie es weitergeht. Natürlich schauen wir immer, an welcher Stelle wir unsere Sortimentsbereiche noch ausbauen könnten, wo wir eventuell Lücken haben. Aber im Endeffekt werden der Markt und unsere Kunden Anforderungen an uns stellen. In der Weiterentwicklung der INTERGAST-Eigenmarken richten wir uns ganz klar nach diesen Bedürfnissen und Wünschen.

Spannend ist hier die Frage, wie die Eigenmarken in Premiumqualität entstehen: angefangen bei der Idee, der Auswahl der Zulieferer bis hin zur Vermarktung.

Wir schauen uns zu Anfang unsere Sortimente an und analysieren, wo Bedürfnisse bestehen und Lücken geschlossen werden könnten. Wir in der Zentrale in Offenburg erarbeiten Merkmale und Anforderungen an Qualität und Lieferanten und sobald erste Fakten zusammengetragen wurden, gibt es einen Arbeitskreis Einkauf. Hier sitzen sämtliche Einkäuferinnen und Einkäufer unserer Mitglieder und sogar Geschäftsführer selbst an einem Tisch und es wird anhand der vorgetragenen Fakten diskutiert. Nur gemeinsam werden Entscheidungen getroffen. Nach diesem Meeting und einer Einigung auf Qualität und Hersteller werden in der Zentrale Verpackungen, Marketingmaßnahmen und Produktschulungen entwickelt. Beim Markt vorgestellt wird das neue Produkt dann meist im Rahmen eines großen Events oder einer Messe, um direkt Feedback vom Kunden zu bekommen. Um den Kreis zu schließen, gibt es Mitarbeiterschulungen, die oftmals von Herrn Schmorde geleitet werden. Schulungen deshalb, damit der Außendienst fachlich unterstützt wird und seinen Kunden Zubereitungshinweise weitergeben kann.

Gibt es bereits konkrete Pläne für die nahe Zukunft von INTERGAST?

Ganz besonders wichtig wird es in der Zukunft sein, die Gemeinsamkeiten aller INTERGAST-Partner noch stärker auszuarbeiten und hervorzuheben. Diese gemeinschaftlichen Elemente müssen wir verinnerlichen und tagtäglich leben. Hier müssen wir alle gemeinsam an einem Strang ziehen, denn genau diese Gemeinsamkeiten sind unsere Stärke und unser Anspruch. Durch die enge Zusammenarbeit und den ständigen Austausch sind wir im Markt stark aufgestellt. Die Potenziale, die unsere Gemeinschaft birgt, wollen wir weiter ausbauen und nutzen. Kundenbedürfnisse unserer Gesellschafter gilt es abzufragen und zu decken, und regionale Lieferanten sollen auch in Zukunft weiter gestärkt werden.

Dieses Jahr wird der neue INTERGAST-Onlineshop gelauncht. Wie wichtig werden Onlinethemen für INTERGAST in Zukunft sein? Gerade Gastronomen sind immer mehr mobile first.

Natürlich ist für uns in dieser Hinsicht das Thema Onlineorder der wesentlichste Faktor. Für unsere Gesellschafter und deren Kunden spielen Onlinelösungen eine immer wichtigere Rolle. Da sind wir aktuell auf einem sehr guten Weg. Unseren Onlineshop haben wir optimiert und modernisiert. Parallel dazu haben wir dieses Jahr unser neues INTERGAST ON-LINE Küchen-Management-System gelauncht. Über 20 verschiedene Bausteine ermöglichen eine ganz individuelle Nutzung. Es freut mich natürlich ganz besonders, dass wir die neuen Onlinelösungen gemeinsam auf den Markt bringen. Stetig werden wir diesen Bereich weiter ausbauen, um auch hier den sich verändernden Kundenbedürfnissen gerecht zu werden. Jedoch möchte ich an dieser Stelle noch einmal ins Bewusstsein rufen, dass beim Thema Digitalisierung eins oft unbeachtet bleibt: Die Gastronomie ist und bleibt ein sehr stark personenabhängiges Business. Gastronomen brauchen schnelle Lösungen, die unsere Großhändler vor Ort lösen.

Man benötigt Menschen, denen man vertrauen kann, denn was will der Gastronom von seinem Händler des Vertrauens?

1. Er möchte eine umfangreiche Lieferung.
2. Der Gastronom braucht Ad-hoc-Lieferungen bei unvorhergesehenen Herausforderungen.
3. Persönliche Ansprechpartner sind für den Gastronomen unerlässlich.

Bilden wir zu diesen Bedürfnissen von Gastronomen Schlagworte, so sind wir bei der Reihenfolge:

WARENVERFÜGBARKEIT → WARENVERSORGUNG → MENSCH.

Eine Betrachtungsweise, die INTERGAST ausmacht. Regionalität, Individualität und Dienstleistungen sind drei Vorteile des Verbundes INTERGAST. Was denken Sie, welche weiteren Herausforderungen wird es in den kommenden Jahren geben?

Eine Herausforderung wird auf jeden Fall sein, unsere regionalen Lieferanten weiter zu stärken und Kundenbedürfnisse von unseren Gesellschaftern und natürlich den Gesellschaftern selbst zu decken. Unser Portfolio der Dienstleistungen wird ebenfalls stetig weiter ausgebaut, denn so stärken wir den Verbund und den Gemeinschaftsgedanken. Der klassische Kunde aus der Gastronomie steht im Fokus. Ebenfalls werden wir die Kunden der Gemeinschaftsverpflegung mit neuen und bewährten Lösungen weiter versorgen. Auch hier kommt es uns zugute, wenn wir als Gruppe Sortimentsbereiche und Lieferanten bündeln und auf unsere Gemeinschaft setzen. Das macht uns aus, heute ebenso wie in Zukunft.

WEIL UNS DIE MENSCHEN VON
HIER WICHTIG SIND

GRÜNDUNG **1963**
MITGLIED SEIT **1990**
MIT 5-JÄHRIGER
UNTERBRECHUNG
MITARBEITER **270**
GESCHÄFTSFÜHRER
**PETER SCHARF /
FRANK GRÜBER**

PFÄLZISCH-SAARLÄNDISCHE
KUNDENNÄHE MIT PERSÖNLICHKEIT

Seit 1963 beliefern wir Kunden in der **Region Rhein-Pfalz-Saar**. Die Menschen von hier sind uns wirklich wichtig. Deshalb legen wir nach wie vor Wert darauf, jedem Kunden mit entsprechender Wertschätzung zu begegnen. Als Nahversorger kennen wir die Kunden und Lieferanten persönlich und unser Gastro-Liefernetzwerk garantiert Pünktlichkeit und Frische. „**Haben wir nicht**“ oder „**Schaffen wir nicht**“, das gibt's bei uns **nicht!** Für unsere Kunden und ihre Gäste geben wir immer unser Bestes.

SPEZIALITÄTEN
AUS DER REGION

Die Leidenschaft für unsere Region spiegelt sich auch in unserem Sortiment wider. Besonders stolz sind wir auf unsere verschiedenen **regionalen Spezialitäten**, die in den Schwesterbetrieben des WASGAU-Konzerns produziert werden und authentisch nach der Region Rhein-Pfalz-Saar schmecken. Unter anderem werden in unserer unternehmenseigenen Metzgerei täglich frisch und nach eigenen, traditionellen Rezepturen Wurstwaren hergestellt.



Klassiker und Produktinnovationen für unsere Kunden –
vielen Dank für die Zusammenarbeit und Gratulation!

Wir von ALPENHAIN sind stolz darauf, unseren Kunden mehr als nur Käse zu bieten. Dazu gehören Klassiker wie original Obazda, hergestellt nach traditioneller Rezeptur. Aber auch Neuheiten wie die innovative Camembert-Creme, mit der wir erstmals den beliebten Weichkäse als Aufstrich aufs Brot bringen. Die gute Partnerschaft mit unseren Kunden spornt uns dabei ständig zu neuen kreativen Ideen an.

Vielen Dank an INTERGAST für die ausgezeichnete Zusammenarbeit und ganz herzliche Glückwünsche zum Jubiläum!

www.alpenhain.de



Mit unseren frischen Pasta-Spezialitäten, hergestellt nach traditionell italienischen Rezepten, bieten wir den Mitgliedern der **INTERGAST** und ihren Kunden ein breites Produktsortiment – von den Klassikern wie Maxi-Ravioli, Tortellini oder Lasagne bis hin zu unserem Topseller: den gefüllten Cannelloni.

INTERGAST ist seit Jahren ein wichtiger und enger Partner unserer Pasta Romana GmbH.

Wir gratulieren **INTERGAST** herzlich zum 30-jährigen Bestehen und freuen uns auf viele weitere erfolgreiche Jahre und gute Zusammenarbeit.

Buon
appetito!

www.pasta-romana.de

AUF DEUTSCHLANDS
SCHÖNSTER INSEL

Wir von Rügen C & C sind auf der schönsten Insel Deutschlands zuhause. Dass wir als **Familienunternehmen** mit unserer wunderbaren Heimatregion verwurzelt sind, ist klar. Dadurch kennen wir **regionale Besonderheiten** bestens, sind aber auch mit den Herausforderungen und Problemen unserer Kunden vertraut. Wenn es um **Lösungsansätze und Kundenservice** geht, überzeugen wir deshalb mit individueller Beratung und Flexibilität. Egal in welcher Situation, wir gehen immer bestmöglich auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden ein.

INTERGAST IM HERZEN

Schon seit 1990 sind wir **INTERGAST-Gesellschafter**, sind also einer der dienstältesten Gesellschafter. Mit all unseren Mitarbeitern leben wir den **INTERGAST-Gedanken** jeden Tag und stehen absolut hinter der Idee, dass der Zusammenschluss einzelner mittelständischer Unternehmen für alle Partner **nur Vorteile** bringt. Das erkennt man zum Beispiel an dem hochwertigen und **vielseitigen Eigenmarken-Sortiment**. Nur durch **INTERGAST** haben wir überhaupt die Möglichkeit, unseren Kunden so tolle Qualitätsprodukte zu absolut fairen Preisen anzubieten. Besonders stolz sind wir auf das **MASTER CHEF EDITION BEEF**. Besser kann ein Steak kaum sein!

GRÜNDUNG **1990**
MITGLIED SEIT **1990**
MITARBEITER **82**

GESCHÄFTSFÜHRER
**ERICH BODDERAS /
TOM BODDERAS**

UND DIE 5. GENERATION
STEHT BEREITS IN DEN
STARTLÖCHERN.

EIN FAMILIENPROJEKT

Die heutige **MIGROMA** wurde **1981 von Hermann und Inge Mitsch gegründet**. Die Wurzeln unseres Unternehmens reichen allerdings zurück bis in das Jahr **1928**. Schon damals baute der Großvater von Inge Mitsch einen Großhandel für Molkereiprodukte auf, dessen Führung Inge Mitsch gemeinsam mit ihrem Ehemann Hermann Mitsch 1973 übernahm. Nachdem das Ehepaar 1981 einen modernen Lebensmittelgroßhandel mit einer **Markthfläche von 800 m²** aufgebaut hatte, erfolgte die Umbenennung in **MIGROMA**, die Abkürzung für Mitsch Großmarkt. Seither wurde das Unternehmen immer weiter ausgebaut. Heute befindet sich an unserem Standort Hockenheim auf einer Fläche von 4000 m² ein moderner Cash & Carry Abholmarkt.

An der Unternehmensspitze stehen mittlerweile die beiden Söhne von Hermann und Inge Mitsch.

GEMEINSAM STARK
DANK INTERGAST

Seit 1996 sind wir Mitglied bei **INTERGAST**, zuerst als Kooperationspartner und seit 2013 schließlich als Gesellschafter. Die langjährige Zusammenarbeit mit unseren **INTERGAST-Partnern** hat unsere Stellung im Markt deutlich gestärkt. Der Zusammenschluss aus selbstständigen Großhandelsunternehmen und die daraus entstehenden Synergien bieten uns Vorteile gegenüber dem Wettbewerb. Wir können nicht nur auf unsere eigenen Erfahrungen zurückgreifen, sondern auch auf die unserer Partner. Das hilft oft weiter und verschafft Weitblick!

GRÜNDUNG **1981**
STANDORT
HOCKENHEIM

MITGLIED SEIT **2013**
KOOPERATIONSPARTNER SEIT **1996**

MITARBEITER **50**

GESCHÄFTSFÜHRER
**WOLFGANG MITSCH /
JÜRGEN MITSCH**

”

ALLAN

BRÜLLE

BRÜLLE & SCHMELTZER,
BEIRATSVORSITZENDER DER INTERGASTGEMEINSAMES KNOW-HOW,
KUNDENNÄHE UND
REGIONALITÄT SIND DIE
VORTEILE DER INTERGAST

Herr Brülle, Sie sind Beiratsvorsitzender der INTERGAST. Seit wann haben Sie dieses Amt inne und was sind Ihre Aufgaben?

Ich habe den Beiratsvorsitz im Jahr 2010 übernommen. Die grundlegenden Aufgaben des Beirats ergeben sich aus der Beiratsordnung, die vorsieht, dass der Beirat die Geschäftsführung unterstützt sowie sich regelmäßig von ihr über Geschäftsentwicklungen unterrichten lässt.

Hat sich die Arbeit im Beirat in den letzten Jahren verändert?

Die eigentliche Arbeit hat sich – abgesehen von einigen notwendigen Anpassungen – nicht wesentlich verändert. Was sich aus meiner Sicht allerdings gewandelt hat, ist, dass heute nicht mehr nur eine reine Informationsweitergabe seitens der Geschäftsführung stattfindet. Vielmehr bewegen wir uns seit einigen Jahren hin zu einer strategischen Zusammenarbeit aller Beteiligten. Sowohl die Beiratsmitglieder selbst als auch andere Gesellschafter nehmen über den Beirat verstärkt Einfluss auf die Entwicklung der Gruppe. Das empfinde ich persönlich als sehr wichtig!

Mittlerweile sind deutlich mehr Gesellschafter an der INTERGAST beteiligt als in den Anfangsjahren. Welche Vorteile und Möglichkeiten ergeben sich daraus?

Natürlich ergibt sich daraus für uns zuerst einmal eine stärkere Position innerhalb des Marktes. Das ist ein großer Vorteil bei Gesprächen mit der Industrie und auch für unsere Stellung bei den Kunden. Ganz wesentlich ist außerdem das Know-how, das jeder einzelne Gesellschafter mitbringt und das im Endeffekt allen Partnern in der Gruppe zugutekommt.

Auch der Markt hat sich in den vergangenen Jahrzehnten gewandelt. Woran sehen Sie das am deutlichsten?

Die Einkaufsmacht und die Qualität der großen Player in unserem Markt nehmen deutlich zu. Speziell wir mittelständischen Unternehmen sind aus meiner Sicht deshalb immer mehr darauf angewiesen, unsere Qualitäten in der Kundenbetreuung und unser Wissen

über die regionalen Märkte zu erhalten und auszubauen. Die Digitalisierung stellt uns dabei jedoch vor große Herausforderungen. Denn insbesondere die Großen unserer Branche haben hier natürlich viele Möglichkeiten, womit sie den Druck auf die anderen Marktteilnehmer deutlich erhöhen.

Inwiefern sind deshalb – auch für INTERGAST – neue Herangehensweisen gefordert?

Wir müssen uns in diesem Umfeld, das mehr und mehr von der Digitalisierung geprägt ist, in vielen Bereichen neu aufstellen. Gegenüber national geführten Konzernen mögen wir noch den Vorsprung in der direkten Kundenansprache haben, aber auch diesen Vorteil werden wir nur weiterhin nutzen können, wenn wir die entsprechenden Grundvoraussetzungen dafür schaffen. Hierbei ist **INTERGAST** für uns unverzichtbar. Sie unterstützt die Gesellschafter zum einen durch den zentralen Marketingauftritt und zum anderen durch das Bereitstellen zukunftsweisender IT-Plattformen, die kundenbezogene, aber auch interne Prozesse erleichtern und optimieren.

Was denken Sie, wie wird die Zukunft der Branche aussehen?

Ich denke, wir werden vor einer weiteren Konzentration in unserer Branche stehen, sowohl auf Großhändler- als auch auf Kundenseite. Wachsende Kundenverbünde stellen uns als Großhändler vor die Aufgabe, Kundenbedürfnisse auch zunehmend überregional erfüllen zu müssen und dabei die Digitalisierung stets im Blick zu behalten.

Zu guter Letzt: Was wünschen Sie INTERGAST für die Zukunft?

Wenn wir den Weg, den wir gerade beschreiten, konsequent weitergehen, haben wir als **INTERGAST** eine enorme Chance. Unser gemeinsames Know-how, unsere Kundennähe und Regionalität sind die Vorteile, mit denen wir uns von Wettbewerbern maßgeblich absetzen können. Ich wünsche der **INTERGAST** und damit uns allen, dass wir diesen Weg erfolgreich weitergehen, und freue mich auf unsere gemeinsame Zukunft.

“

„SO IST INTERGAST“



INTERGAST IST GROSSHANDELSVERBUND, GROSSVERBRAUCHER-SERVICE UND SERVICE-ZENTRALE. ABER WAS GENAU HEISST DAS EIGENTLICH?

EINE STARKE GEMEINSCHAFT

INTERGAST ist ein Verbund von mittlerweile 40 mittelständischen Lebensmittel-Großhändlern aus Deutschland, Österreich, der Schweiz und Luxemburg. Als Gastro-Großverbraucherservice versorgt diese Kunden aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung an **über 150 Standorten** mit einem Vollsortiment. Überregional und national agierende Kunden und Einkaufsverbände finden mit **INTERGAST National** ein flächendeckendes Netzwerk von Mitgliedsunternehmen als Service-

partner und Lieferant. Das Verantwortungsbewusstsein von mittelständischen Unternehmen garantiert dabei absolute Zuverlässigkeit. **INTERGAST National** regelt und organisiert dabei die gesamten Abläufe. Das Erfolgsrezept ist die Bündelung der Kräfte und Kompetenzen aller Partner. **INTERGAST ist deshalb mehr als nur der nationale Partner.** Alle Mitglieder sind vor Ort, kennen ihre Regionen und die Bedürfnisse ihrer Kunden ganz genau.

INTERGAST BIETET LÖSUNGEN

Um ihre Mitgliedsunternehmen und ihre Kunden bestmöglich zu unterstützen, bietet die **INTERGAST-Zentrale** außerdem einen umfangreichen Service an. Hier kennt man den Markt und beobachtet aufmerksam neue Entwicklungen. Dementsprechend ist **INTERGAST** immer auf der Suche nach neuen Lösungen und innovativen Servicetools für ihre Kunden.

So profitieren Kunden aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung zum Beispiel von den neu entwickelten **INTERGAST-EDV-Lösungen**. Individuell verwendbare Systeme erleichtern Einkauf, Speisen- und Rezeptplanung, Auftrags- und Qualitätsmanagement, unterstützen aber auch bei der Buchhaltung. Benötigen Partner Beratung oder Hilfestellung, stehen ihnen **INTERGAST-Mitarbeiter** in der Zentrale jederzeit mit wertvollen Tipps zur Seite.

INTERGAST INFORMIERT

Das monatlich erscheinende Angebotsmagazin **INTERGAST Akzente** informiert attraktiv, preis- und themenbezogen. Dreimal jährlich erscheint außerdem die **Chef de Cuisine**. Das Branchenmagazin hält Entscheider und interessierte Menschen aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung über neue Entwicklungen in der Branche auf dem Laufenden und bietet praxis- und trendorientierte Inspirationen. So sorgt die **INTERGAST** dafür, dass Kunden immer auf dem neuesten Stand sind.

REGIONAL, FRISCH, HOCHWERTIG

EIN EINZIGARTIGES SORTIMENT

Der Schwerpunkt liegt bei **INTERGAST** auf **frischen und regionalen Lebensmitteln**. Fester Bestandteil des Warenangebots sind die **INTERGAST-Eigenmarken MASTER CHEF EDITION, Cuisine Noblesse und Monte Castello Professional**, deren Produkte nach strengsten Qualitätskriterien hergestellt werden. Insbesondere bei der Premiummarke **MASTER CHEF EDITION** wird auf nachhaltige Produkte mit Persönlichkeit und einer nachvollziehbaren Geschichte gesetzt. Das nationale Sortiment von über 3.000 Artikeln stellt dabei das Basissortiment und wird an den über 150 Standorten durch das jeweilige regionale Angebot der Mitglieder ergänzt. Diese Sortimentskombination ist so in Deutschland Vorreiter in Sachen Partnerschaft.

WIR SIND IMMER FÜR SIE DA

Das **branchenorientierte Service-Portfolio** von **INTERGAST** optimiert Abläufe in allen Bereichen. Benötigen Kunden Beratung oder Hilfestellung, sind **INTERGAST-Mitglieder** immer persönlich vor Ort. Mit wertvollen Praxistipps in allen professionellen und wirtschaftlichen Belangen steht der Verbund **INTERGAST** zur Seite.



AUF SPURENSUCHE:

*Die Zentrale
im Schwarzwald*



Sattgrüne Wiesen und Schwarzwaldhäuser mit vorstehenden Dächern sowie prächtig geschmückten Fenstern und Balkonen. Steile Hänge, umsäumt von hohen dunkelgrünen Wäldern. Dort wo sich vermutlich Hase und Igel noch Gute Nacht sagen und der Kuckuck aus der Uhr die Stundenzeit trällert – das kann nur der Schwarzwald sein. Gäste aus aller Welt verbinden mit dem Naturpark Schwarzwald ein ländliches Idyll, Frauen mit roten Bollenhüten und kulinarische Highlights wie Schwarzwälder Kirschtorte, Schwarzwälder Schinken und Bibbeleskäs. Hier steht die Zeit scheinbar noch still, hier zählen Bodenständigkeit und Regionalität.

WIE ALLES BEGANN

Mit einer Handvoll Mitarbeitern und dem Traum, als Gastro-Großverbraucherservice zahlreiche Großmärkte mit ihren Kunden aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung unter einem Dach zu bündeln, hat die Erfolgsgeschichte von INTERGAST 1988 genau hier – inmitten des Schwarzwald begonnen.

Mitten in Deutschlands Genießerecke – wie der Schwarzwald auch genannt wird – fühlt sich die INTERGAST-Zentrale mehr als wohl. Von hier aus agiert sie als Service-Zentrale für überregionale und nationale Kundengruppen und Handelspartner.

BODENSTÄNDIG & EINE STARKE GEMEINSCHAFT

INTERGAST zeichnet sich wie die Region selbst durch Attribute wie Bodenständigkeit, Vertrauen und eine starke Gemeinschaft aus. Jeder Meilenstein in der 30-jährigen Firmenhistorie von INTERGAST bedeutet gleichzeitig auch Ideen und Mut zu Weiterentwicklung und stetigem Fortschritt.

Mitarbeiter mit Wissen, Mut und Visionen arbeiten gemeinsam täglich an neuen Konzepten und Lösungen für Mitglieder und Kunden. Gerade als Verbund setzt INTERGAST gemeinsam die Standards von morgen! **Aus Offenburg – für authentischen Genuss!**

WIR SIND INTERGAST



STARKE PARTNER STARKE MARKEN STARKE LEISTUNG

1. **intergart**
Und Dein Rezept funktioniert
2. **SB**
Zentralmarkt
3. **ENDERS**
DER PRODUKTEN-PROFI
4. **C&C**
GROSSEINKAUF
5. **GAFA TEAM**
FÜR GUTES ESSEN
6. **HAMBERGER**
Der Großmarkt für Gastronomie & Handel
7. **JAEGER**
8. **MEGA**
hat das Zeug
9. **MEGA**
10. **Neitzer**
Laborbedarf Service-Partner
11. **CC**
Kauf & Verkauf
12. **Primus-Food**
Service & in der BA
13. **PRO HOLOGA**
14. **FRITZ RÖMER**
GROSSVERBRAUCHER-SERVICE GMBH
15. **Rügen C & C**
16. **Rullko**
17. **SCHWARZ + HANSEN**
Laborbedarf frisch geliefert
18. **VLG**
19. **WALTHER**
Mit uns kommt Franken in die Küche
20. **CASH+CARRY**
21. **WEHNER GRC/MA**
22. **HANDELSHAUS WEDL**

ASLAN

dagema group

DISCHER

EV Service GmbH

FEDDERSEN

GASTRO SERVICE

GVVS

Handelshof

H&F

Kaufhaus

V-MARKT

LA FRIEDRICHS

Matthies & Söhne

MUCH

möllers

SCHWABENHOF

ST. MARTIN

ZENTRAG



UNSERE STÄRKE:

REGIONALITÄT

VERLÄSSLICHKEIT

VERTRAUTHEIT

VERBUNDENHEIT

intergast
Und Dein Rezept  funktioniert

Mehr als **78 %*** der Verbraucherinnen und Verbraucher legen Wert darauf, dass ihre Lebensmittel aus ihrer Region stammen. Ein absoluter Food-Trend, der seit Jahren immer größere Bedeutung bekommt. Die stetig anwachsende Beschleunigung durch die Digitalisierung erzeugt eine klare Gegenreaktion im Sinne: „Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute doch so nahe liegt?“ Das Bewusstsein für Mehrwerte der Regionalität ist in der Gesellschaft, bei Lieferanten und Abnehmern höher denn je.

Und so ist Regionalität die Stärke von INTERGAST. So garantieren wir die hohe Vielfalt, entsprechende Qualität, natürliche Frische und besten Geschmack.

GEBÜNDELTE REGIONALITÄT

INTERGAST bündelt als Gastro-Großverbraucherservice 41 Mitgliedsunternehmen an über 150 Standorten in ganz Deutschland, Österreich, Schweiz und Luxemburg unter einem Dach. Die Partner vor Ort – teilweise lang in der Region verwurzelte Familienunternehmen – wissen am besten, was ihre Kunden wünschen und brauchen. So sind sie Händler des Vertrauens, denn der Lebensmittelhandel ist nach wie vor ein sehr stark personalisiertes Geschäft. Sie ergänzen das nationale INTERGAST-Sortiment durch ihre regionalen Produkte und Spezialitäten, sodass bei Gastronomen, Hoteliers und Gemeinschaftsverpflegern keine Wünsche offenbleiben. Diese Sortimentskombination von regionalen, frischen und exklusiven Lebensmitteln ist so in Deutschland einzigartig.

PERSÖNLICH UND FRISCHE VON NEBENAN

Täglich stehen Fragen oder Kundenwünsche im Raum, bei denen schnelles, vertrauensvolles und präzises Handeln gefordert sind. Ad-hoc-Lieferungen sind bei INTERGAST selbstverständlich, wenn bei Gastronomen unvorhersehbare Engpässe aufgrund von schönem Wetter entstehen. Auf INTERGAST und seine Mitglieder ist Verlass. Das ist lokale Stärke, die verbindet und ein hohes Maß an Vertrauen schafft! Jedes einzelne Mitglied von INTERGAST macht die Gemeinschaft stark und ein flächendeckendes Partnernetzwerk über die deutschen Grenzen schafft zudem eine enge Verbundenheit.

* Laut des BMEL-Ernährungsreports 2018.



NACHHALTIGKEIT UND TRANSPARENZ

Die Rückbesinnung auf regionale und heimische Lebensmittel hat weitere positive Aspekte: Arbeitsplätze bleiben erhalten und Treibstoff wird gespart. Großhändler der einzelnen Regionen greifen auf ihre **regionalen Produzenten** zurück und schonen so Ressourcen. Hinzu kommt, dass gerade persönliche Verbindungen der einzelnen INTERGAST-Mitglieder mit der Region einen Rahmen für Transparenz schaffen. Gäste fordern heute immer mehr **Offenheit und Sicherheit** beim Kauf ihrer Produkte. Dies bedeutet konkret für uns als Food-Service, dass wir nicht nur nachhaltig handeln, sondern auch **perfekte Lösungen anbieten**. Wir entwickeln dazu permanent praktische Servicetools und sind aufmerksam, wenn es um die Unterstützung unserer Mitgliedsunternehmen und ihrer Kunden geht. Doch damit nicht genug: Wir legen besonderen Wert auf **Rückverfolgbarkeit der Herkunft von Rohstoffen und der Verarbeitungsstufen** und können wie bei unserer neuesten Eigenmarke **MASTER CHEF EDITION** die Lieferkette abbilden. So wird z. B. der Seelachs von unserem regionalen Partner Kutterfisch in der deutschen Nordsee gefangen. Ein Mehrwert im Geschmack und für die Speisekarte, denn Produkte mit nachvollziehbarer Geschichte schaffen Nähe zum Kunden. Massenbetriebe oder unklare Herkunft werden stärker gemieden als je zuvor. Essen ist Vertrauenssache. Schafft es der Gastronom, dieses Bewusstsein für Regionalität und Nachhaltigkeit umzusetzen, ist er klar im Trend.





GRÜNDUNG 1987

STANDORT SALZKOTTEN

MITGLIED SEIT 2003

MITARBEITER 6 IN SALZKOTTEN, 1000 BEI UNSEREN 26 GESELLSCHAFTERN

GESCHÄFTSFÜHRER MIKE DAHLHOFF

Wofür steht Ihr Unternehmen?

Seit 30 Jahren ist GAFATEAM als mittelständischer Einkaufsverbund sehr flexibel und regional aktiv. Unser großer Vorteil: Unsere Mitglieder sind Teil einer starken Gemeinschaft und behalten dennoch ihre eigene Entscheidungsfreiheit.

Was schätzen Sie an der Zusammenarbeit mit INTERGAST?

Der gemeinsame Einkauf führt zu besseren Konditionen und Preisen. Davon profitieren GAFATEAM und INTERGAST. Außerdem spielt der Erfahrungsaustausch zwischen allen Beteiligten eine wichtige Rolle. Das ist ein großer Gewinn in jeder Hinsicht.

Regionalität bedeutet für uns ...

... die räumliche Nähe zum Kunden. So können wir schon kurz nach der Bestellung liefern. Teilweise erfolgt die Lieferung noch am gleichen Tag! Außerdem handelt jeder unserer Fachgroßhändler mit regionalen Produkten, zum Beispiel Fleisch,

Backwaren, Obst und Gemüse. Das schätzen unsere Kunden.

Was war der ungewöhnlichste Wunsch eines Ihrer Kunden?

Einmal bestellte ein Fleischereibetrieb Damenstrumpfhosen und Erdbeer-Crisp-Schokolade. Das war doch recht ungewöhnlich. Es stellte sich dann aber heraus, dass der Betrieb auch als Partyservice arbeitet, die gewünschten Artikel waren für eine Geburtstagsfeier.



Was macht Ihr Unternehmen aus?

Wir sind mit Leib und Seele Food-Service für unsere Region. Das bedeutet, der familiäre, persönliche und vertrauensvolle Umgang mit Kollegen und Kunden steht für uns immer im Vordergrund.

Was schätzen Sie an der Zusammenarbeit mit INTERGAST?

Wir schätzen insbesondere den Austausch mit den anderen Mitgliedern. Für uns ist es natürlich auch von Vorteil, dass wir dank des Einkaufsverbunds INTERGAST auch als „kleiner Fisch“ im großen Becken unsere Produkte zu marktgerechten Preisen anbieten können.

Kundenservice bedeutet für uns ...

... dass wir uns als Teil der Küchen-Crew verstehen und unseren Kunden bei der Verwirklichung ihrer kreativen Ideen helfen. Wir unterstützen sie mit unserem Know-how und den richtigen Zutaten dabei, ihre Gäste zu verwöhnen. Unsere wichtigste Zutat: individuelle Beratung, perfekt auf die Ansprüche des Kunden abgestimmt.

Der aussergewöhnlichste Sonderwunsch eines Kunden war ...

... die Bestellung eines Kochs, den wir regulär mit unserer Ware auf dem LKW mitschicken könnten. Schließlich hätten wir doch ein paar Köche auf Lager.



GRÜNDUNG 2001

STANDORTE ESPELKAMP / ROTENBURG-MULMSHORN

MITGLIED SEIT 2004

MITARBEITER 100

GESCHÄFTSFÜHRER JÜRGEN PÖTTKER / BJÖRN GRÄBER



Für welche Werte steht Ihr Unternehmen?

Wir legen Wert darauf, mit unseren Kunden eine faire, ehrliche und langfristige Partnerschaft aufzubauen. Das ist uns als familiengeführtem, mittelständischem Unternehmen besonders wichtig. Nach diesem Grundsatz arbeiten wir und unsere Mitarbeiter jeden Tag.

Regionalität bedeutet für uns ...

... die Stärkung der kleinen Kreisläufe und des Mittelstandes vor Ort. Als Familienunternehmen wissen wir: Geht es der Region gut, geht es unseren Kunden und uns gut.

Der aussergewöhnlichste Kundenwunsch war ...

Außergewöhnliche Sonderwünsche gibt es für uns eigentlich gar nicht. Was auch immer unsere Kunden benötigen, wir besorgen es schnell und flexibel.

Unser Lieblingsprodukt ist ...

... ein Spätburgunder Reserve unseres eigenen Familienweingutes Engelhof in Hohentengen am Hochrhein. Das Weingut hat sich in den letzten Jahren toll entwickelt, die Weine sind qualitativ sehr hochwertig. Das bestätigt auch die Fachpresse! Darüber freuen wir uns sehr, schließlich legte unser Firmengründer Georg Netzhammer Senior als Weinhändler den Grundstein des Unternehmens.

IM MITTELPUNKT UNSERES HANDELNS UND TUNS STEHT DER KUNDE MIT SEINEN INDIVIDUELLEN BEDÜRFNISSEN UND ANSPRÜCHEN.

STANDORTE SINGEN / WALDSHUT / KONSTANZ

GRÜNDUNG 1970

MITGLIED SEIT 2001

MITARBEITER 200

GESCHÄFTSFÜHRER EMIL NETZHAMMER / PIUS NETZHAMMER / GEORG NETZHAMMER



Herzlichen Glückwunsch an INTERGAST!

Wir von Dira frost denken, 1988 war ein großartiges Jahr. INTERGAST wurde gegründet und ebenfalls unser Unternehmen! 2003 begann unsere Partnerschaft.

Was haben wir seitdem erreicht und geleistet? Als Anbieter von Tiefkühlkost wählen wir rund um den Globus die besten Früchte aus, ernten oft von den eigenen Feldern. Unser Ziel ist es, unsere Produkte mit der Welt zu teilen. Dies ist der Punkt, wo INTERGAST übernimmt: Unsere IOF-Früchte und Fruchtpürees werden durch INTERGAST in ihren kulinarischen Kreationen weiterempfohlen und so bekannt.



www.dirafrost.com



BONDUELLE & INTERGAST: EIN STARKES TEAM FÜR GESUNDEN GENUSS

Wir gratulieren unserem Food Service-Partner INTERGAST zu seiner 30 Jahre währenden Erfolgsgeschichte – und sagen DANKE für die langjährige persönliche und äußerst angenehme Zusammenarbeit.

Gemeinsam haben wir unsere Kunden stets mit trendigen und inspirierenden Gemüseideen überrascht. Und auch mit der neuen Linie „Home-Made Style“ begeistern Küchenprofis ihre Gäste wieder für gesunden Variationen „Pastinake in Stücken“, „Karotten und Pastinaken Mix“ sowie „Süßkartoffel und Petersilienwurzel Mix“ haben eine unregelmäßige Form und sehen wie von Hand geschnitten aus.



www.bonduelle-foodservice.de

Hochwertig &
einfach lecker –

DAS SIND DIE INTERGAST-EIGENMARKEN



Als Großverbraucher-Service führt INTERGAST nahezu alle bekannten Markenartikel zahlreicher Lieferanten. Darüber hinaus vergrößert der Verbund stetig das Sortiment der Eigenmarken, um die größtmögliche Produktvielfalt anbieten zu können. Und das gelingt! Mittlerweile führt INTERGAST mehr als 800 Eigenmarkenartikel und bietet ein umfangreiches Sortiment aus Frische-, TK- und Trockenprodukten an.

STARKE EIGENMARKEN MIT WIEDERERKENNUNGSWERT

Seitdem 1991 mit **CUISINE NOBLESSE** die erste INTERGAST-Eigenmarke auf den Markt kam, wurde das Eigenmarkensortiment stetig erweitert. Mit einer Vielzahl von Produkten aus allen Sortimentsbereichen bietet INTERGAST seinen Kunden heute **Vielfalt und Qualität** – für jeden Geschmack! Hochwertige und exklusive Eigenmarken überzeugen zusätzlich. Auf diese Weise gelingt es, auf Kundenwünsche gezielt einzugehen und ihnen einen entscheidenden Mehrwert zu bieten.

1. MASTER CHEF EDITION AUTHENTISCHER GENUSS

Premium-Produkte unterscheiden sich nicht nur in Geschmack und Qualität, sondern bei der Eigenmarke **MASTER CHEF EDITION** durch zusätzliche Aspekte wie: Transparenz, authentische Geschichten rund um Hersteller, Lieferanten und Aufzucht. Die Natur und Umwelt gilt es mit Achtung zu respektieren und so legt INTERGAST bei seinen Eigenmarken besonderen Wert auf das Tierwohl. Als erstes Produkt der INTERGAST-Premiummarke kam 2016 die Garnele aus den Mangrovenwäldern Vietnams auf den Markt. Vorteil hier ist, dass die Garnelen in einem Ökosystem aufgezogen werden, in welchem sie sich bis zu ihrem Fang wohlfühlen. Das schmeckt man. Bereits im darauffolgenden Jahr wurde das Sortiment um argentinisches Rindfleisch erweitert. Die Rinder leben das ganze Jahr über tiergerecht draußen, was sich positiv auf Geschmack und perfekten Zuschnitt auswirkt. Auch hier ist der Weg von der Zucht bis zur Lieferung lückenlos nachvollziehbar. Seit dem Frühjahr 2018 ergänzen hochwertige Fischprodukte aus nachhaltiger Fischerei und ebenso mit dem Mehrwert der Transparenz das Sortiment von **MASTER CHEF EDITION**. Man kann zu Recht sagen, dass die Mission von INTERGAST „Beste Qualität und Verantwortung für die Umwelt“ lautet.



2. CUISINE NOBLESSE WEIL QUALITÄT ENTSCHIEDET

Die INTERGAST-MARKE **CUISINE NOBLESSE** ist längst auf dem deutschen Markt etabliert und aus den Regalen der INTERGAST-Partner nicht mehr wegzudenken. Mit **CUISINE NOBLESSE** wird Kunden all das geboten, was sie für leckere Gerichte und zufriedene Gäste brauchen. Das breite Portfolio umfasst unter anderem Frische- und Molkereiprodukte, Tiefkühlkost, Trockensortiment und Konserven. So decken die ausgesuchten Produkte alle GV-Sortimentsbereiche ab. Dabei ist es besonders wichtig, die **Ansprüche von Kunden an Qualität und Preis** zu vereinen. Das gelingt, indem Zutaten sorgfältig ausgewählt und Rezepturen ebenso wie die Herstellung ständig geprüft und optimiert werden.



3. MONTE CASTELLO PROFESSIONAL ITALIENISCHES LEBENSGEFÜHL

Jeder liebt den Geschmack Italiens und das südländische Lebensgefühl. Kein Wunder also, dass die mediterrane Küche nach wie vor ein wichtiges Thema für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung ist. **MONTE CASTELLO PROFESSIONAL** steht für ebendiesen speziellen südländischen Geschmack nach Sonne und Urlaub. Die INTERGAST-Eigenmarke bietet hier zahlreiche Produkte an. Ob feine Pastaspezialitäten oder aromatisches Gemüse aus dem Süden – in den Produkten **schmecken Sie den Herzschlag Italiens**. Unter dem Dach der Eigenmarke **MONTE CASTELLO PROFESSIONAL** finden die Kunden alles für eine kulinarische Reise. **Buon appetito!**



WIR GRATULIEREN
INTERGAST ZUM
30-JÄHRIGEN BESTEHEN
UND FREUEN UNS AUF
EINE WEITERHIN
PARTNERSCHAFTLICHE
ZUSAMMENARBEIT.

Die Firma Ardo ist seit den fünfziger Jahren aktiv am Markt tätig und verfügt über 20 Produktionsstätten in 8 verschiedenen Ländern. Ardo bietet Lösungen rund um das Tiefkühlgemüse. Die Produktionspalette von Ardo zeigt eine breite Vielfalt von Tiefkühlgemüse, wie das klassische Monogemüse, aber auch Gemüsemischungen, Gemüsezubereitungen, Kräuter, Convenience-Produkte und Früchte. Durch die Produktvielfalt sowie das spezielle Leistungsspektrum trägt Ardo dazu bei, Ihr Portfolio zu ergänzen und abzurunden.

www.ardo.com



Heiße, knusprige Pommes als Beilage, zum Snacken zwischendurch oder als Fingerfood sind ein Must-have für jede Speisekarte.

Wie viele Möglichkeiten es rund um die Pommes gibt, wissen unsere Experten von Lamb Weston. Schließlich kommt heute jede vierte Pommes von Lamb Weston! Dafür arbeiten 7500 Menschen mit Engagement und Herzblut daran, die Vielfalt der Kartoffel immer wieder neu zu entdecken.

Starke Partner wie INTERGAST leisten einen großen Beitrag dazu. Gemeinsam geben wir von Lamb Weston zusammen mit INTERGAST seit Jahren unser Bestes – für Sie und für Ihre Gäste.

Unser langjähriger Partner feiert in diesem Jahr sein 30-jähriges Jubiläum.

Dazu gratulieren wir herzlich!

www.lamb-weston.com



GRÜNDUNG
1920

STANDORT
HAMBURG

MITGLIED SEIT
2003

MITARBEITER
65

GESCHÄFTSFÜHRER
UWE SCHWARZ

SEIT FAST 100 JAHREN IHR FRISCHEPARTNER IN NORDDEUTSCHLAND

Während der **beinahe 100-jährigen Unternehmensgeschichte** hat Schwarz+Hansen natürlich einiges durchlebt, nicht immer war es einfach. So wurden zum Beispiel im Zweiten Weltkrieg bei der Operation Gomorrha sowohl das Bürogebäude als auch das Lager und der Fuhrpark zerstört. In den darauffolgenden Jahren musste die Firma also erst einmal wieder aufgebaut werden. Als das geschafft war, konnten wir wieder positiv in die Zukunft blicken. **1969** begann Schwarz+Hansen mit der Belieferung von Großverbrauchern und startete die ersten erfolgreichen Gehversuche im GV-Handel. Nachdem unser heutiger Geschäftsführer Uwe Schwarz **1977** in das Unternehmen eingetreten war, wurde der Fokus noch stärker auf den GV-Bereich gelegt. Damit hatten wir großen Erfolg und stellten das Einzelhandelsgeschäft **1981** schließlich ganz ein.

HEIMATLIEBE UND KUNDENORIENTIERUNG

Durch unsere lange Unternehmensgeschichte fühlen wir uns unserem Standort **im hohen Norden Deutschlands** natürlich besonders verbunden. Die frische Brise an den Küsten, grüne Wiesen und Weiden, ob Sonne oder Regen – wir lieben unsere Heimat und die **Produkte aus der Region**. Auch unsere Kunden sind uns über die Jahre ans Herz gewachsen. Und für die machen wir auch schon mal Unmögliches möglich. So hat uns etwa einmal ein Küchenchef gebeten, ihm beim Zerlegen einer Gans behilflich zu sein. Einer unserer Mitarbeiter ist dann tatsächlich hingefahren, um in der Küche zur Hand zu gehen.



WOFÜR STEHT EIGENTLICH VLG?

VLG steht für Vielfalt, Leistung und Genuss. Vielfalt, weil wir für jeden Kunden die passenden Produkte und Dienstleistungen anbieten, von der Gemeinschaftsverpflegung bis zur Sterne-Gastronomie. Leistung, weil wir sowohl unsere Produkte als auch unsere betrieblichen Abläufe immer wieder kritisch beurteilen und ständig optimieren. Und Genuss? Das ist doch klar, oder?

WAS IST FÜR SIE DAS BESONDERE AN DER ZUSAMMENARBEIT MIT INTERGAST?

Die zentrale Verhandlung von Einkaufskonditionen bei vielen verschiedenen Lieferanten ist natürlich ein enormer Vorteil für uns. So können wir unseren Kunden

immer attraktive Preise bieten. Vor allem sind aber auch die erfolgreichen **INTERGAST-Eigenmarken** etwas ganz Besonderes für uns und unsere Kunden. Diese Produkte unterscheiden uns von anderen Wettbewerbern und kommen bei den Kunden sehr gut an.

DER AUSSER- GEWÖHNLICHSTE KUN- DENWUNSCH WAR ...

... ein kleiner Blauhai! Das hat bei uns für eine ganz schöne Aufregung gesorgt.

UNSER LIEBLINGSPRODUKT IST ...

Ein bestimmtes Lieblingsprodukt haben wir eigentlich nicht. Jedes unserer **20.000** Produkte liegt uns am Herzen, denn nur alles zusammen ist VLG.



GRÜNDUNG
1864

STANDORTE
**SAARBRÜCKEN /
TRIER**

MITGLIED SEIT
1992

MITARBEITER
242

GESCHÄFTSFÜHRER
THOMAS HEMPEL



WELCHE VORTEILE SEHEN SIE IN DER ZUSAMMENARBEIT MIT INTERGAST?

Die Zusammenarbeit mit unseren **INTERGAST-Partnern** ermöglicht es uns, ein auf die Gastronomie und Großverbraucher zugeschnittenes Sortiment zu besten Konditionen anzubieten. Als mittelständisch geprägter Unternehmensverbund einerseits und als Partner der Markant andererseits, bietet **INTERGAST** eine einzigartige Mischung: die Flexibilität des Mittelstandes und die Kostenvorteile eines Konzerns. Zusätzlich zur Einkaufskooperation kommt auch dem Erfahrungsaustausch mit den Kollegen aus anderen Unternehmen eine immer größere Bedeutung zu.

REGIONALITÄT BEDEUTET FÜR UNS ...

... die große Vielfalt regionaler Produkte zu nutzen. Zudem setzen wir uns aktiv für die Region ein, unter anderem durch Unterstützung und



intensive Zusammenarbeit mit dem Hotel- und Gaststättenverband, den Köchevereinen und verschiedenen anderen regionalen Verbänden. Wir fördern den gastronomischen Nachwuchs durch den GROMA-Pokal, bei dem die Auszubildenden aus Küche und Service ihre Leistungsfähigkeit und Kreativität unter Beweis stellen können.

DER AUSSER- GEWÖHN- LICHSTE KUN- DEN- WUNSCH?

Außergewöhnliche Kundenwünsche sind unsere tägliche Praxis. Wir versuchen, alle Wünsche unserer Kunden – wie außergewöhnlich auch immer – zu erfüllen.

GRÜNDUNG
1822

STANDORTE
**FULDA / BAD NEUSTADT /
SCHWEINFURT**

MITGLIED SEIT
1996

MITARBEITER
250

GESCHÄFTSFÜHRER
**OLIVER WEHNER /
KRISTIN WEHNER-
RUNDSHAGEN**



Die volle Kraft der Tradition entfalten – das ist unsere Landküche. Die besten Zutaten aus Großmutter's Küche werden lange und sorgfältig vorbereitet, denn sie sind die Seele unserer Spezialitäten. Dies sieht man und dies schmeckt man. In der Landküche ist jedes Stück ein Unikat: Landstrudel, Landküchl und soufflierter Kaiserschmarrn in ihrer authentischsten und bodenständigsten Form.

Eine lange Tradition hat auch unsere Partnerschaft mit **INTERGAST** und so freuen wir uns, gemeinsam das 30-jährige Jubiläum mit Ihnen feiern zu dürfen!

www.pan.it

VON PROFIS FÜR PROFIS
IHR STARKER PARTNER FÜR
DEN AUSSER-HAUS-BEREICH

Lactalis wünscht **INTERGAST**
alles Gute zum 30-jährigen Jubiläum
und bedankt sich für die langjährige und
erfolgreiche Zusammenarbeit.

Der Genuss mediterraner
Lebensart

Das Leben steckt
voller Genuss

Ispirazione Italiana
dal 1882

WWW.LACTALIS.DE



Wer jeden Tag Höchstleistung bringt, braucht einen Partner mit Herzblut. Alles Gute zum Jubiläum und Danke für 30 Jahre tolle Partnerschaft.

Nestlé Professional bietet Ihnen hochwertige Produkte starker Marken, auf die Sie sich in jeder Situation verlassen können. In all unseren Produkten und Serviceleistungen stecken jahrzehntelange Erfahrung, weltweites Branchenwissen und grenzenlose Begeisterung für Qualität und Genuss. Mit praktischen Workshops und spannenden Seminaren vermitteln wir mit unseren küchen- und ernährungsfachlichen Beratern die neuesten Trends, betriebswirtschaftliches Know-how und vieles mehr.

Sie wollen Ihre Gäste begeistern? Wir unterstützen Sie gerne dabei. Dafür arbeiten wir Tag für Tag mit voller Leidenschaft.

www.nestleprofessional.de



Wir gratulieren herzlichst zum

30-JÄHRIGEN JUBILÄUM

und freuen uns weiterhin auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit!

INTERGAST steht wie die RW-Warenhandels-GmbH für höchste Qualität. Unsere TK-Fischprodukte stammen nur von ausgewählten Lieferanten. Denn durch eine offene Supply-Chain garantieren wir Genuss und Vertrauen auf höchster Stufe.

www.rw-warenhandel.com



FOODSERVICE

SEMI- UND HIGH-CONVENIENCE – DURCHGEKART & TIEFGEFROREN

- ✓ Höchste Produktsicherheit
- ✓ Hohe Wirtschaftlichkeit
- ✓ Bedarfsgerechte Produktion und Portionierung
- ✓ Exakte Kalkulation
- ✓ Gleichbleibende Qualität und kurze Wartezeit

Zum 30. Firmenjubiläum möchten wir INTERGAST herzlichst gratulieren!

www.vosso.de



Eine Zusammenarbeit, die beiden Partnern schmeckt

Wir gratulieren zum 30-jährigen Jubiläum und sagen Danke für das uns entgegengebrachte Vertrauen.

Lantmännen Unibake gehört mit seinem umfangreichen Sortiment an frischen und Tiefkühl-Backwaren für Einzelhandel und Food Service zu den weltweit führenden Backwarenunternehmen. Als Teil des Lantmännen-Konzerns befindet sich das Unternehmen im Besitz von 27.000 schwedischen Landwirten. Mit erstklassiger Qualität und ausgewählten Lösungen – immer auf Grundlage von Nachhaltigkeit und höchster Lebensmittelsicherheit.

www.lantmannen-unibake.com



SPEISEEIS FÜR EISCAFÉS, GASTRONOMIE, HOTELLERIE, CATERING UND GROSSVERBRAUCHER

WIR GRATULIEREN ZU 30 JAHREN INTERGAST!

Süd Eis ist der zuverlässige, kompetente Partner an Ihrer Seite in Sachen Eis. Ob von original italienisches Eis mit über 40 verschiedenen Sorten für Eiscafés, portionierbare Eiskreationen für den Gastronomiebedarf in Wannen- und Kannenform mit wiederverschließbaren Deckeln, servierfertige Eisdesserts oder Impulseis – wir haben als Eishersteller immer die richtige Lösung für Ihr Unternehmen.

www.sued-eis.de



Bakeline*

ALLES GUTE ZUM JUBILÄUMSJAHR, 30 JAHRE SIND EINFACH WUNDERBAR!

WER WIR SIND

Seit 1994 produziert und vertreibt Bakeline feine Tiefkühlbackwaren. Amerikanische Gebäckspezialitäten wie Muffins, Donuts und Bagels zählen seit jeher zu den Produktgruppen unseres Sortimentes. Fettgebäcke, Miniprodukte und innovative Ideen wie vegane Muffins und Cheesecake Dream runden unser Sortiment ab. Durch kontinuierliche Modernisierung und Erweiterungen im Bereich der Produktion sichern wir auch langfristig die effiziente und ressourcenschonende Herstellung unserer Trendgebäcke.

www.bake-line.com



MEGA
Das Fach-Zentrum für die Metzgerei und Gastronomie

GRÜNDUNG **1937**
MITGLIED SEIT **2001**
MITARBEITER **RUND 500**

STANDORTE
STUTTGART / GÖPPINGEN /
NÜRTINGEN / STOCKACH /
DRESDEN / CHEMNITZ

SPECIAL: MARKENFLEISCH + MENÜKOMPONENTEN
AUS EIGENER HERSTELLUNG

GESCHÄFTSFÜHRER
MARC KLAIBER

LOGISTIKFLOTTE: 100 LKWS



PARTNERSCHAFT AUF AUGENHÖHE

Die MEGA lebt nicht nur in ihrem Namen die Verbundenheit mit der Gastronomie – sie versteht sich auch als lebendiges, aktives genossenschaftliches Fach-Zentrum für das Ernährungsgewerbe. In diesen Förderauftrag bringt die MEGA ihre Einkaufsstärke, Sortimentsvielfalt, ihr fachliches und technisches Know-how, das persönliche Engagement, die Kreativität sowie Kompetenz ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein. All das geschieht auf Augenhöhe und zum Wohle der Mitglieder und Kunden. Ziel der MEGA ist es, langjährige Partner, Mitglieder und Kunden täglich mit guter und zuverlässiger Arbeit zufriedenzustellen. Das Ver-

trauen der Kunden ist für sie der Antrieb für den individuellen Kundenservice, der darin besteht, Tag für Tag das Beste zu geben und dieses Vertrauen immer wieder aufs Neue zu rechtfertigen.

VON DER WEIDE AUF DEN TELLER: GEBALLTE FLEISCHKOMPETENZ

Neben circa 50.000 Fachartikeln im Handelsortiment bietet die MEGA höchste Fleischkompetenz aus dem eigenen EU-Metzgerschlachthof und IFS-Fleischwerk: Alles aus einer Hand!



WALTHER
Mit uns kommt Franken in die Küche

PICK-BY-VOICE UND AUTOMATISIERTES KOMMISSIONIERLAGER

Höchste Zuverlässigkeit bei der Kommissionierung von Warenbestellungen stellt Frischdienst Walther durch hochmoderne technische Unterstützung sicher. Das System „Pick-by-Voice“ und die Inbetriebnahme eines völlig neuen automatischen Tiefkühlkommissionierlagers für 9.200 Tablare gewährleisten den eigenen Anspruch 100-prozentiger Zuverlässigkeit in der Lieferung. Detailverliebt optimiert das Familienunternehmen stetig interne Prozesse, um Kunden in der Gastronomie und Hotellerie auch in Zukunft den bestmöglichen Service als regionaler Partner zu bieten.

WARUM IN DIE FERNE SCHWEIFEN

Bodenständig wie die Region Franken selbst legt der Frischdienst Walther Wert auf regionale Produkte. „Mit uns kommt Franken in die Küche“ lautet das Motto, denn hier ist der Familienbetrieb seit 109 Jahren zuhause und stark verwurzelt. Man kennt Bedürfnisse und Notwendigkeiten der kulinarisch innovativen Region und stellt sämtliche Kundenanforderungen in den Mittelpunkt des Handelns. Als reiner Zustellgroßhandel werden die Kunden an 6 Werktagen in der Woche innerhalb von 24 Stunden beliefert.



STANDORT **KITZINGEN**
GRÜNDUNG **1909**
MITGLIED SEIT **1994**
MITARBEITER **65**
GESCHÄFTSFÜHRER **FRIEDRICH WALTHER**

MEIN UNVERGESSLICHER INTERGAST-MOMENT

NEUE UND LANGJÄHRIGE MITARBEITER AUS DEN UNTERSCHIEDLICHSTEN ABTEILUNGEN GEBEN INTERGAST NICHT NUR EIN GESICHT – VIELE VON IHNEN ERINNERN SICH AUCH GERNE AN IHREN GANZ PERSÖNLICHEN UND EINZIGARTIGEN MOMENT IM UNTERNEHMEN ZURÜCK.



Einer der schönsten Momente war, als der Beschluss kam, dass wir **MASTER CHEF EDITION Fleisch** aus der Taufe heben. Ich denke auch, dass gerade die **MASTER CHEF EDITION** einen neuen Teamgeist und ein engeres Miteinander bei **INTERGAST** geschaffen hat.



ALS MICH EIN KUNDE EXPLIZIT AUF DIE NEUE CHEF DE CUISINE ANSPRACH UND DIESE KAUM ABWARTEN KONNTE. DAS WAR EIN RICHTIG TOLLES GEFÜHL, DENN SO WUSSTEN WIR, DASS DAS NEUE KONZEPT DES MAGAZINS ANKLANG FINDET.

Einer meiner schönsten Momente ist unser **ERSTER STAND AUF DER INTER-NORGA** im Jahr 2016. Unser Auftritt auf der Messe kam so gut bei Kunden an und Herr Schmorde verpflegte uns mit seinen raffinierten Köstlichkeiten! Das waren wirklich tolle Tage.



MEIN UNVERGESSLICHER INTERGAST-MOMENT IST mein Vorstellungsgespräch: als mir Herr Hartmann in einem beiläufigen Satz zu verstehen gab, dass ich eingestellt bin. Das war im September 1994.

ICH ERINNERE MICH GERNE ZURÜCK AN DIE ERSTE BEGEGNUNG MIT MEINEN NEUEN KOLLEGEN, DIE MICH SOFORT SEHR HERZLICH UND OFFEN INS TEAM AUFGENOMMEN HABEN.

Ich erinnere mich heute noch gerne daran zurück, als wir beim **INTERGAST-FORUM 2015** erstmals unseren neuen Messestand im Einsatz hatten. In vielen Gesprächen mit Mitgliedern, Industriepartnern und meinen Kollegen aus Offenburg spürte ich, dass unser neuer Auftritt in der Gruppe durchgehend sehr positiven Anklang findet. Die harte Arbeit der Kolleginnen und Kollegen hatte sich also gelohnt.

JEDES JAHR AUFS NEUE FREUE ICH MICH AUF DIE GUTE STIMMUNG UND ZUSAMMENARBEIT AUF DEM INTERGAST-FORUM. WIR HABEN SO VIEL SPASS BEI DER FOTOBOX!





Auf welche Meilensteine sind Sie als Unternehmen besonders stolz?

In fast 200 Jahren Betriebsgeschichte haben bis heute sieben Generationen das Unternehmen geführt. Dabei haben wir unterschiedlichste gesellschaftliche Umbrüche und zwei Weltkriege durchlebt.

Inwiefern profitieren Sie von der Zusammenarbeit mit INTERGAST?

Ganz klar: **INTERGAST** ist die Basis für den wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens.

Unsere Position im Markt wird durch sehr gute Einkaufskonditionen und zahlreiche Dienstleistungen gestärkt.

Regionalität bedeutet für uns ...

... dass wir uns zu unserer Herkunft bekennen und Verantwortung für die Region übernehmen. Das heißt, wir unterstützen lokale Produzenten, aber auch soziale, karitative Projekte.

Der außergewöhnlichste Sonderwunsch eines Kunden war ...

... das behalten wir für uns! Das haben wir unserem Kunden versprochen.

GRÜNDUNG **1834** STANDORT **ENGELSKIRCHEN**

MITGLIED SEIT **1998**

MITARBEITER **600**

GESCHÄFTSFÜHRER **HENDRIK PILATZKI / REINHARD PILATZKI**




Welche Werte sind für Ihr Unternehmen besonders wichtig?

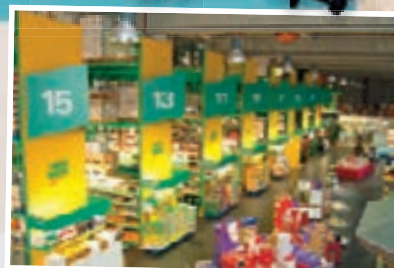
Als Familienunternehmen setzen wir auf unsere langjährigen Mitarbeiter und Fachkräfte, die sich voll und ganz mit unserem hohen Qualitätsanspruch identifizieren. Dadurch können wir immer kompetent und flexibel auf unsere Kunden eingehen. Kundenorientierung, klar definierte Standards und umfassendes Qualitätsmanagement – das macht uns aus!

Was hat sich durch die Zusammenarbeit mit INTERGAST für Sie verändert??

Unter anderem heben wir uns durch die Marken der **INTERGAST** vom Wettbewerb ab und können unseren Kunden individuell zugeschnittene Produkte mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten.

Kundenservice bedeutet für uns ...

... rund um die Uhr für unsere Kunden da zu sein. Unser haus eigener Großküchen-Kundendienst ist 365 Tage im Jahr für unsere Kunden verfügbar. Wir bieten unseren Kunden sogar einen „Notdienst“ an Sonn- und Feiertagen an!



GRÜNDUNG **1858** STANDORTE **VILLINGEN-SCHWENNINGEN / HOHBERG-NIEDER-SCHOPFHEIM**

MITGLIED SEIT **2000**

MITARBEITER **230**

GESCHÄFTSFÜHRER **VOLKER BREMERICH**

**ALS FAMILIENUNTERNEHMEN
AUS DER REGION FÜR DIE REGION**



Für welche Werte steht Brülle & Schmeltzer?

Wir fühlen uns vor allem ethischen und moralischen Werten verpflichtet, insbesondere die Wertschätzung jedes einzelnen Menschen ist für uns von enormer Wichtigkeit. Deshalb steht die Kunden- und Mitarbeiterorientierung bei Brülle & Schmeltzer immer im Mittelpunkt. Wir sind überzeugt davon, dass nur zufriedene Kunden und auch Mitarbeiter ein Unternehmen nachhaltig wachsen lassen.

Kundenservice bedeutet für uns ...

... ganz nah an unseren Kunden und den Menschen im Allgemeinen zu sein.

Als verlässlicher Partner sind wir auch in Ausnahmesituationen immer da.

Die außergewöhnlichsten Kundenwünsche waren ...

... Heuschrecken und Klapperschlangenfleisch. Als diese Bestellungen bei uns eingingen, haben wir hier nicht schlecht geschaut. Ausnahmsweise konnten wir diese Kundenwünsche aber leider nicht erfüllen.

Unsere Lieblingsprodukte sind ...

... alle Produkte aus unserem Frischesortiment. Unsere Frischeprodukte spiegeln unsere Qualitätsansprüche besonders gut wider und differenzieren uns von anderen Wettbewerbern.



GRÜNDUNG **1856** STANDORT **ZENTRALE IN LIPPSTADT, 5 NIEDERLASSUNGEN**

MITGLIED SEIT **1989**

MITARBEITER **1.350**

GESCHÄFTSFÜHRER **ALLAN BRÜLLE**



gratuiert zu 30 Jahren INTERGAST!

Mit Vollgas und unserem

SPEED Burger

auf zum nächsten Jubiläum!



www.foodworks.com



Partnerschaftliche
Zusammenarbeit

Das BACK SHOP-Team gratuliert **INTERGAST** zu 30 Jahren Erfolgsgeschichte und bedankt sich für die stets gute sowie erfolgreiche Zusammenarbeit.

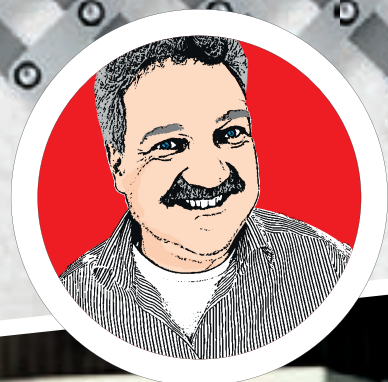
Seit nunmehr 14 Jahren bauen wir unsere gemeinsamen Geschäfte kontinuierlich aus und begleiten **INTERGAST** im TK-Backwarenassortiment. Dank der flexiblen Struktur der **INTERGAST**-Mitglieder und der Marktfokussierung der **INTERGAST** selbst, werden ständig neue und attraktive Sortimente entwickelt. **INTERGAST** ist für uns ein innovativer und professioneller Partner, mit dem wir gerne zusammenarbeiten. Wir profitieren von der Zuverlässigkeit der Geschäftsbeziehung und möchten auch in Zukunft partnerschaftlich an den Bedürfnissen unserer gemeinsamen Kunden arbeiten.

Wir wünschen **INTERGAST** alles Gute für die nächsten 30 Jahre ihrer Firmengeschichte und freuen uns auf eine weiterhin erfolgreiche Zukunft.

Das BACK SHOP-Team

www.backshop-tk.de

KLUCKLUCK! EIN TAG MIT SCHMORDE



Perfekter Messepartner: unsere neueste Eigenmarke MASTER CHEF EDITION Fisch!



Ein starkes Team!



Kochen und gleichzeitig unterhalten – so kennt man mich!



Gemeinsam kochen ist für mich Spaß pur!



Auch im Urlaub kann ich die Kochschürze nicht an den Nagel hängen.

STECKBRIEF

NAME: Uwe Schmorde
ALTER: 56 Jahre
WOHNORT: Horb a.N./Betra
POSITION: Leiter Qualitätssicherung
BEI INTERGAST SEIT: 1. Januar 2009
LEBENSOTTO: „Der Erfolg beginnt, wenn die Ausreden aufhören.“

SCHMORDE KOCHT, SCHMORDE GRILLT, SCHMORDE EMPFIEHLT ...

Schmorde ist das Gesicht von INTERGAST. Er steht für guten Geschmack, Qualität und Kreativität. Doch was macht Uwe Schmorde eigentlich, wenn er nicht gerade Tipps für die Küche gibt? Zur Feier des INTERGAST-Jubiläums nimmt er uns einen Tag lang mit an seinen Arbeitsplatz nach Offenburg.



05.45 UHR

DER WECKER KLINGELT, der Tag kann beginnen. Nach dem Aufstehen geht es zuerst ins Bad. Beim Blick in den Spiegel freue ich mich wie jeden Tag darüber, dass der, den ich wasche, gesund ist und zur Arbeit gehen kann. Bevor ich dahin aufbreche, gibt es aber erstmal eine Tasse heißen Kaffee.



06.45 UHR

AUF GEHT'S ZU INTERGAST. Ich bin Wochenendpendler und wohne unter der Woche in Offenburg. Der Arbeitsweg ist darum zum Glück kurz.

07.00 UHR

MEIN MOTTO: Der frühe Vogel fängt den Wurm! Der Arbeitstag beginnt für mich meistens gegen 7 Uhr. Am Morgen arbeite ich einfach am liebsten. Für eine Begrüßungsrunde meiner Kollegen muss aber noch Zeit sein.

07.15 UHR

Nachdem ich alle Fenster zum Lüften aufgerissen habe, widme ich mich meinem Tagesgeschäft. Sofern jetzt ein normaler Bürotag ohne Überraschungen möglich ist. Denn zu meinen Aufgaben gehört auch das Beschwerde- und Reklamationsmanagement. Da muss immer schnell gehandelt werden.

09.00 UHR

Als **LEITER DER QUALITÄTSSICHERUNG** bei INTERGAST beschäftige ich mich zuerst mit den hier anstehenden Aufgaben. In meinen Verantwortungsbereich fallen zum Beispiel die Überwachung, Sicherstellung und Bewertung von Qualitätsvorgaben. Beschaffungswege sowie die Produktion und Qualität der vielen Eigenmarkenprodukte müssen überwacht werden. Mir liegen die Qualität unserer Produkte und die Zufriedenheit der Kunden am Herzen, deshalb mache ich meine Arbeit auch sehr gerne. Natürlich müssen neue Produkte auch manchmal verkostet werden. Dabei überprüfe ich diese auf Größe, Qualität, Konsistenz, Aussehen, etc. Also schwinde ich mich in die INTERGAST-Küche und fange an zu kochen.



12.30 UHR

Wer hart arbeitet, braucht auch mal eine Pause. **IN DER MITTAGS-PAUSE** gehe ich ab und zu mit Kollegen in die Kantine. Heute verzichte ich aber auf ein allzu ausgiebiges Mittagessen. Wenn Essen zum Beruf gehört, muss man schon schauen, dass man sein Gewicht hält.



13.30 UHR

Der Nachmittag beginnt mit der **RECHERCHE FÜR NEUE REZEPTE**. Die Marketingabteilung braucht von mir Rezepte rund um das Thema Fisch. Die benötigen wir für die neue **INTERGAST-Eigenmarke MASTER CHEF EDITION FISCH**. Ideen sammle ich jeden Tag bei der Lektüre von Kochbüchern und Fachzeitschriften. Bei neuen Rezepten achte ich auf einen Mix aus klassischen und modernen Gerichten sowie internationalen Einflüssen.



15.15 UHR

Die INTERGASTRA und die INTERNORGA sowie die Hausmessen unserer Gesellschafter stehen vor der Tür. So eine Messe will gut organisiert werden. Unter anderem dafür werden **MEINE REZEPTE** benötigt. Am **INTERGAST-Messestand** werde ich wieder am Herd stehen, um zu zeigen, wie die Produkte der **INTERGAST-Eigenmarken** zubereitet werden können. Die Messen sind immer ein Highlight, man trifft Kunden, tolle Köche, viele Kollegen und **INTERGAST-Mitglieder**. Dahinter steckt aber auch ein gutes Stück Arbeit. Nur wenn alles perfekt geplant ist, wird es eine erfolgreiche Messe.

17.00 UHR

FEIERABEND! Heute ist Freitag und es geht für mich nach Hause. Das Wochenende wird entspannt. Die freie Zeit nutze ich, um auch mal privat zu kochen. Solange ich nicht vor Wut koche, bedeutet Kochen für mich nämlich Entspannung pur. Das war nicht immer so. Früher, als ich in Restaurants den ganzen Tag am Herd stand, hatte ich nach Feierabend wenig Lust auf die Küche. Mittlerweile koche ich an Wochenenden, freien Tagen und im Urlaub wieder viel und gerne.



ENDERS
 DER FLEISCHEREI-PROFI

180 JAHRE FIRMENGESCHICHTE – VON SAUBORSTEN ZUM FLEISCHSPEZIALISTEN

 GRÜNDUNG
1838

 STANDORT
 ZENTRALE IN
 REISKIRCHEN,
 9 NIEDERLASSUNGEN

 MITGLIED SEIT **1995**

 MITARBEITER **617**

 GESCHÄFTSFÜHRER
 KARL-LUDWIG ENDERS /
 LUDWIG ENDERS /
 TOBIAS ENDERS /
 FREDERIC ENDERS

Nachdem er 1838 mit einem Handelsgeschäft für Sauborsten und Bürstenbinderwaren angefangen hatte, baut Firmengründer Johann Kaspar Enders ein damals noch unvorstellbares Imperium auf. Er achtet ständig auf den Bedarf seiner Kunden und denkt neu. Eine motivierte und zufriedene Mitarbeiter-schaft, ein wachsender Kundenstamm und gesellschaftliches Engagement ebnen so den langen Weg hin zum heutigen Marktführer im Fleischereihandwerk. Kundenservice bedeutet für das Familienunternehmen schon immer Unterstützung bei Reparaturen, Planung und Entwicklung. Gerade die Nähe zum Kunden durch Produkte aus den einzelnen Regionen und Standorten schafft Vertrauen.

ALLES AUS EINER HAND

Bei Enders ging man schon immer eigene Wege. Bereits in den 1970ern, als Naturdarm für die Wurstherstellung in Deutschland knapp wurde, bereiste die Geschäftsleitung China, um selbstständig Naturdärme zu importieren und unabhängig agieren zu können. Heute ist die Firma Enders mehr als stolz auf ihr Lieblingsprodukt – den Naturdarm –, da dieser eine völlig neue Welt für das Fleischereihandwerk eröffnete.


C&C
 GROßEINKAUF
EN-UNTERNEHMEN DER
 DIETER KISSEL STIFTUNG

GEMEINSAM MEHR ERREICHEN

Schon seit über 50 Jahren versorgen wir von C&C Großeinkauf Gastronomen, Großverbraucher und Gewerbetreibende in der Pfalz. In der Region kennt man uns als kompetenten Partner. Darauf sind wir alle sehr stolz! Natürlich wollen wir, dass das auch in Zukunft so bleibt. Deshalb stehen unsere Kunden und ihre Bedürfnisse bei uns immer im Mittelpunkt. Mit **absoluter Verlässlichkeit, guter Qualität und fairen Preisen** punkten wir bei

REGIONALITÄT BEDEUTET FÜR
 UNS: DIE REGION STÄRKEN, DEN FOKUS AUF
 REGIONALE PRODUKTE LEGEN.

unseren Kunden. Die Zusammenarbeit mit **INTERGAST** macht es uns um einiges leichter, unsere Ziele zu erreichen. Deshalb sind wir **seit dem Gründungsjahr** mit dabei! Von dem Zusammenschluss profitieren alle Beteiligten jeden Tag. Nicht nur die guten Einkaufskonditionen und die Arbeitserleichterung sind hilfreich, auch der ständige Austausch mit anderen Unternehmen aus der Branche ist sehr wertvoll.

 GRÜNDUNG
1963

 STANDORT
 LANDAU IN DER PFALZ
 (ZENTRALE),
 2 NIEDERLASSUNGEN

 MITGLIED SEIT **1988**

 MITARBEITER **200**

 GESCHÄFTSFÜHRER
 MANFRED AMBOS /
 TOBIAS ZULEG

 Rullko **RU**

VON LANGJÄHRIGEN PARTNERSCHAFTEN UND SPARGEL IM AKTENKOFFER

Wir von Rullko sind seit 2009 **INTERGAST-Partner** und bisher hat sich die Zusammenarbeit mehr als bewährt. Der gemeinsame Einkauf von Waren ermöglicht uns sehr gute Konditionen im Einkauf und eine einfache Abrechnung. Auf der Vertriebsseite haben wir die Möglichkeit, nationale Kunden gemeinsam mit **INTERGAST** zu beliefern und zu betreuen. So haben wir als mittelständisches Unternehmen **viele Vorteile**, ohne unsere Eigenständigkeit aufgeben zu müssen.

Geht es um unsere Kunden, legen wir ebenfalls Wert auf eine **partnerschaftliche und persönliche Zusammenarbeit**, die auf gegenseitigem Vertrauen basiert. Als familiengeführtes Unternehmen in der vierten Generation sind uns langfristige Partnerschaften wichtig. Im Laufe solcher Partnerschaften sammeln sich dann auch mal lustige Anekdoten, an die man gerne zurückdenkt. Vor vielen Jahren hatten wir zum Beispiel eine langjährige Kundin, eine **resolute Nonne**, die darauf bestand, dass unser Außendienst beim Besuch immer zum Mittagessen bleibt. Dabei durften auf keinen Fall Reste gemacht werden! Da kam es tatsächlich mal vor, dass **Spargelstangen**, die nicht mehr geschafft wurden, im Aktenkoffer landeten.

 GRÜNDUNG
1923 STANDORT
HAMM

 MITGLIED SEIT
2009

 MITARBEITER **170**

 GESCHÄFTSFÜHRER
 MARIE-CHRISTINE
 OSTERMANN / MANFRED VOGT

Die **Pickenpack Seafoods** und die inhabergeführte Muttergesellschaft **Trident Seafoods** gratulieren allen Partnern und Mitarbeitern der **INTERGAST** sowohl auf nationaler als auch auf regionaler Ebene. Die heutige Zusammenarbeit zeichnet sich durch Mittelstandsverständnis, Vertrauen, Achtung und Respekt aus.

30 Jahre gemeinsame Fahrt liegen hinter uns und der gemeinsame Kurs wird uns bestimmt an ein gutes Ziel führen.



Vom Fischer bis zum Gast mit veredelten Produkten und vereinten Kräften. So darf es weitergehen.

Wir freuen uns mit Ihnen über eine gemeinsame Historie, ein schönes Feiern im Jetzt und eine spannende Zukunft.

Feiern Sie schön!
 Ihr Pickenpack Food Service Team


www.pickenpackseafoods.com
frischli

Herzlichen Glückwunsch
 zu 30 Jahren INTERGAST!



Vielen Dank für die immer angenehme und vertrauensvolle Kooperation. Wir wünschen auch für die nächsten Jahre viel Erfolg und bedanken uns für die tolle Partnerschaft.



EINKAUFSMANAGEMENT

SPEISENMANAGEMENT

AUFTRAGSMANAGEMENT

QUALITÄTSMANAGEMENT

CONTROLLING

SERVICE UND
DIENSTLEISTUNGEN

DIE ZUKUNFT LIEGT IN DER DIGITALISIERUNG

In einem immer stärker konkurrenzkämpften Markt und einer stetig digitaler werdenden Welt verschwinden Grenzen zwischen Produzenten und Kunden immer mehr. Immer mehr Hersteller und Produzenten betreiben Direktmarketing. Warum? Weil sie ihre Zielgruppen kennen und mit ihnen globaler und digitaler werden. Das Geschäft wird schnelllebiger. Gefragt sind klare Positionierungen und Digitalisierung. INTERGAST geht diesen Zukunftsschritt gemeinsam mit seinen Kunden und bietet wesentliche Logistik- und Servicefunktionen für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung.

INNOVATIVE EDV-LÖSUNGEN

An über 150 Standorten versorgt INTERGAST Kunden aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung mit einem Vollsortiment an Lebensmitteln. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Kunden mit praktischen Servicetools aus Marketing, Vertrieb und IT. Von der Planung des Speisenangebotes bis hin zur lückenlosen Abrechnung von Küchenleistungen – ohne leistungsfähiges EDV-System sind die immer komplexer werdenden Aufgaben kaum noch zu organisieren. So nutzt INTERGAST die Digitalisierung und baut sein Angebot weiter aus. Was vor vielen Jahren mit dem ersten internetbasierten Online-Shop für Großküchen und einem à la carte F&B Management-System begann, wird heute durch ein benutzerfreundliches und ganzheitliches INTERGAST ON-LINE Küchen-Management-System erweitert. Egal ob Einkaufsmanagement, Speisenmanagement, Auftrags- und Qualitätsmanagement oder Controlling: Für den Erfolg unserer Kunden setzen wir auf ein einheitliches System, das viele Aufgabenbereiche im Betrieb effizienter macht.

UMSATZSTEIGERUNG DURCH ENTLASTUNG

Unsere Kunden können bei uns nicht nur rund um die Uhr online im Webshop bestellen, sie können auch schon während der Disposition auf ständig aktualisierte Informationen zu Artikeln, Allergenen und Nährwerten zugreifen. Automatischer Import von Bestellvorgängen aus

dem Speiseplanungssystem und die Berücksichtigung individueller Bestell- und Liefertermine je Lieferant sind unverzichtbar für die optimale Disposition. Darüber hinaus unterstützen wir unsere Kunden bei der effizienten täglichen Planung von Speiseplänen und beraten individuell im Hinblick auf die Kostenkontrolle.

GLÜCKLICHE KUNDEN SCHAFFEN GLÜCKLICHE GÄSTE

Gehen wir einen Schritt weiter von unseren Kunden hin zu ihren Gästen, so ist auch hier mehr als deutlich zu spüren, dass es immer mehr um „verkaufen, begeistern und binden“ geht. Unternehmer müssen sich zunehmend auf das Marketing konzentrieren, um ihren Gast zu erreichen. Doch was begeistert? Heimatgefühl und Rückbesinnung auf einfache und gute Lebensmittel. Die hohe Kunst der Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung ist es, sich den Wünschen der Gäste anzupassen und den Gast zu verstehen, denn nur wenn der Gast sich wohl fühlt, kommt er wieder. Mittels eigener Datenbanken für Lieblingsgerichte, Lieblingstage oder hinterlegte Unverträglichkeiten können Maßnahmen gezielt gesteuert werden. „Persönlich“ und „emotional“ sind die Stichworte für perfekte Beziehungen in der Gastronomie.

Wir als INTERGAST denken wie unsere Kunden und ihre Gäste. Wir verstehen uns als Partner an Ihrer Seite und schaffen gemeinsam ein Fundament für Qualität und Wirtschaftlichkeit. Zukunftsfähig und innovativ.

Neitzer
Lebensmittel Service-Partner

GRÜNDUNG
1923

STANDORT
**STOCKSTADT
AM MAIN**

MITGLIED SEIT
1997

MITARBEITER
RUND 85

GESCHÄFTSFÜHRER
**JOSEF NEITZER /
CHRISTIAN NEITZER**

WOFÜR STEHT IHR UNTERNEHMEN?

Wir stehen für Fairness und Partnerschaftlichkeit. Nur mit diesen Werten ist eine langfristige Kundenbeziehung möglich. Das wird durch eine lange Betriebszugehörigkeit vieler unserer Mitarbeiter unterstützt.

WAS IST FÜR SIE DAS BESONDERE AN DER ZUSAMMENARBEIT MIT INTERGAST?

An der Zusammenarbeit schätzen wir, dass wir weiterhin der flexible Mittelständler aus der Region sind, aber dennoch durch den starken

Verbund im Hintergrund deutschlandweit auf Augenhöhe mit den großen Mitbewerbern agieren können. Auf diese Weise verbinden sich die Vorteile von regionaler und globaler Ebene.

REGIONALITÄT BEDEUTET FÜR UNS ...

... unkomplizierte Entscheidungswege, schnelle Reaktion auf Kundenwünsche sowie Nähe zu Entscheidern. Ebenso wichtig sind aber auch regionale Sortimente und regionale Ausrichtung.



**HANDELSHAUS
WEDL**

WOFÜR STEHT IHR UNTERNEHMEN?

Wir sind ein **traditionelles österreichisches Familienunternehmen** mit internationaler Ausrichtung. Dabei behalten wir aktuelle Trends auf den Märkten immer im Blick. Als Grundlage unseres Wachstums und unseres Erfolgs sehen wir die **hohe Qualität unserer Produkte und Dienstleistungen**. Im Mittelpunkt unserer täglichen Arbeit steht der zufriedene Kunde. Wir bauen dabei natürlich auf gut ausgebildete und engagierte Mitarbeiter, von denen jeder einzelne zu unserem gemeinsamen Erfolg beiträgt.

INWIEFERN PROFITIEREN SIE VON DER ZUSAMMENARBEIT MIT INTERGAST?

Wir profitieren in vielerlei Hinsicht von der Kooperation mit unseren **INTERGAST-Partnern**. Zum einen ermöglicht uns der gebündelte Wareneinkauf natürlich bessere Konditionen, die wir wiederum an unsere Kunden weitergeben können. Hinzu kommt der Zugang zu den exklusiven **INTERGAST-Eigenmarken**, durch den wir uns ebenfalls von den Wettbewerbern differenzieren. Mit einem umfassenden

Dienstleistungsportfolio unterstützt uns **INTERGAST** außerdem auf zahlreichen Ebenen, so zum Beispiel bei der **Neukundenakquise** und dabei, auf Networking-Events mit bestehenden und potentiellen Geschäftspartnern in Kontakt zu kommen.

REGIONALITÄT BEDEUTET FÜR UNS ...

... dass wir als österreichisches Familienunternehmen großen Wert auf Produkte legen, die wir von **klein strukturierten Produktionsstätten** aus unserem näheren Umfeld beziehen. So wird einerseits die **Wirtschaft in der Region** gefördert, andererseits werden die Lieferwege möglichst kurz gehalten. Insbesondere bei unserem Obst- und Gemüsesortiment liegt unser Augenmerk auf Produkten aus der Region. Im Sommer beziehen wir hier deshalb einen Großteil des Sortiments von heimischen Bauern.



LORENZ UND KR LEOPOLD WEDL

GRÜNDUNG
1904

STANDORT
**ZENTRALE MILS
BEI HALL(AT),**

MITGLIED SEIT
2013

**8 WEITERE STANDORTE
IN ÖSTERREICH UND
1 IN DEUTSCHLAND**

MITARBEITER
780

GESCHÄFTSFÜHRER
KOMMERZIALRAT LEOPOLD WEDL

GRÜNDUNG
1960

STANDORT
WILLINGEN

MITGLIED SEIT
1995

MITARBEITER
50

GESCHÄFTSFÜHRER
**ULRIKE BÄRENFÄNGER /
DIRK PÖTTNER / CHRISTIAN ANTE**



Herzlichen Glückwunsch
zu drei erfolgreichen Jahrzehnten
entscheidender Innovation und Entwicklung!

Ein solches Ereignis ist ausschließlich Unternehmen mit einem starken Verbund vorbehalten. Wir sind stolz auf diese besondere Partnerschaft und freuen uns auf viele weitere Jahre wertvoller Zusammenarbeit. Genau wie **INTERGAST** feiert auch Block House in diesem Jahr Jubiläum. Die Geschichte von Block House beginnt vor genau 50 Jahren mit einem ersten Restaurant in der Hamburger Dorotheenstraße. 1973 folgt die Gründung der Block House Fleischerei. Seit Anbeginn garantieren wir die meisterliche Verarbeitung und die ausgezeichnete Qualität unseres Steakfleisches und vieler weiterer Spezialitäten.

**Ob Steak, Burger oder Carpaccio –
Block House Produkte sind immer ein Genuss!**

Gemeinsam mit Ihnen als starkem Großhandelsverbund sind wir in der Lage, all diese Produkte tagtäglich vielen Restaurants und Hotels außerhalb der Block Gruppe verfügbar zu machen; dafür vielen Dank. Herzlichen Glückwunsch zum 30-jährigen Firmenjubiläum, machen Sie weiter so!

www.block-house.de



Liebes **INTERGAST-Team**,

wie die Zeit vergeht. Mit großer Freude
möchten wir, die Familie
Dinghartinger Apfelstrudel GmbH,
Ihnen zu Ihrem 30-jährigen Jubiläum
herzlichst gratulieren.

Als langjähriger Lieferant von bayerischen Strudelspezialitäten süß bis pikant und Köstlichkeiten wie Apfelküchle oder Kaiserschmarrn möchten wir uns hiermit für die gute, zuverlässige und vertrauensvolle Zusammenarbeit bedanken und freuen uns auf eine weitere erfolgreiche Zeit. Wir wünschen Ihnen auf diesem Weg alles Gute für die Zukunft.

FRITZ RÖMER
GROSSVERBRAUCHER-SERVICE GMBH

VOM SPIRITUOSENHANDEL ZUM MODERNEN VOLLSORTIMENTER

Die Anfänge unseres Familienunternehmens liegen im Jahr 1960. Damals gründete Fritz Römer einen Spirituosenhandel, dessen Sortiment er in den darauffolgenden Jahren Stück für Stück erweiterte. 1986 wurde dann der heutige Fritz Römer Großverbraucher-Service gegründet und wir zogen in unsere neugebauten Geschäfts- und Lagerräume in Willingen-Böminghausen. Von hier aus versorgen wir unsere Kunden heute mit über 10.000 Artikeln – egal ob Food oder Non-Food. Wir setzen immer auf Individualität, Flexibilität und Erfahrung.

**PERSÖNLICH, FLEXIBEL UND
NAH AM KUNDEN**

DAS RÖMER-TEAM BRINGT'S!

Unser Römer-Team wird durch **Schulungen und Weiterbildungen** auf dem Laufenden gehalten und ist dementsprechend immer auf dem neuesten Stand. Wir kennen den Markt und sind **nah dran an unseren Kunden!** So wissen wir bestens Bescheid über Kundenwünsche und -bedürfnisse und können ein individuell angepasstes Komplettpaket liefern, mit dem wir unseren Kunden jederzeit den Rücken freihalten. Dabei wird jeder Kundenauftrag zuverlässig von uns bearbeitet, sei er noch so ausgefallen! Als einer unserer Kunden einmal scherzhaft einen gebrauchten Herrenanzug in Größe 56 bei uns bestellt, haben wir es uns nicht nehmen lassen, ihm besagtes Kleidungsstück auch tatsächlich zu liefern. **Das mit dem Kundenservice nehmen wir hier eben ganz genau!**



WAS SAGEN UNSERE KUNDEN?

INTERGAST National betreut als Gastro-Service deutschlandweit Kunden aus Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung. Unsere mittelständischen Food-Service-Spezialisten an über 30 nationalen Standorten verpflegen alle Kunden mit einem Vollsortiment aus Food und Non-Food, und das rund um die Uhr. Liest sich gut. Doch uns interessiert viel mehr, wie unsere Kunden uns einschätzen und über uns denken. Danke an dieser Stelle für die gute Zusammenarbeit an alle!



GUT-GMBH - SERVICEPARTNER FÜR HOTELLERIE & GASTRONOMIE

HELMUT TRANOW / GESCHÄFTSFÜHRER

„Verbundgruppe trifft Verbundgruppe, so könnte man die Partnerschaft der gut-Gruppe mit ihrem Einkaufsverbund guter-Einkauf und von INTERGAST auf der anderen Seite beschreiben. Die gut-Gruppe als Verbund selbstständiger Privathotels fühlt sich bei der Verbundgruppe selbständiger Lebensmittel-Großhändler, INTERGAST, gut aufgehoben. Man spricht die gleiche Sprache und hat die gleiche Kompetenz im Hinblick auf gute Qualität und Service. Wir arbeiten nun schon ein paar Jahre zusammen und die Entwicklung ist durchweg positiv. Umsätze und Ansprüche steigen, aber auch die Bereitschaft zur Leistung steigt. Durch gute Konditionen und persönlichen Service sollten wir auch für die Zukunft gerüstet sein. INTERGAST und gut-Gruppe: Das passt.“

„Wir sind die Guten“ ist das Motto von Gründer und Geschäftsführer Helmut Tranow. Ursprung ist die Hotelmarke „Land-gut-Hotels“; heute steht die gut-Gruppe mit Dienstleistungen rund um Betriebsführung der Hotellerie und Gastronomie zur Seite.



PARISERVE DIENSTLEISTUNGEN FÜR SOZIALE ORGANISATION GMBH

SÖNKE FEUERHERM / LEITUNG EINKAUF

„Ganzheitlich gedacht und regional perfekt umgesetzt – das ist INTERGAST für unsere Kunden. Keine soziale Einrichtung ist wie die andere – der Bedarf ist immer unterschiedlich. Aber die Standards müssen überall erfüllt sein. Das erfordert passgenaue Lösungen, aber auch persönliche unternehmerische Verantwortung vor Ort. Deshalb ist INTERGAST bei ParisERVE Partner der ersten Stunde. Herzlichen Glückwunsch zum 30sten!“

Sönke Feuerherm ist Leiter Einkauf bei ParisERVE. ParisERVE gehört zum Paritätischen Wohlfahrtsverband und bietet sozialen Organisationen eine Einkaufsgemeinschaft für Lebensmittel und Non-Food.



S&F-GRUPPE / MODERNES VERPFLEGUNGSMANAGEMENT GMBH

OLIVER SCHROCK / PROKURIST,
LEITER S&F-EINKAUFSPORTAL

„INTERGAST zählt sowohl als nationales Verbundunternehmen als auch auf regionaler Ebene zu den bedeutendsten Lieferantenpartnern des S&F-Einkaufsportals. In der persönlichen, von tiefem Vertrauen geprägten Zusammenarbeit ist über die Jahre eine substantielle Partnerschaft entstanden. Wir, die S&F-Gruppe, sowie die uns angeschlossenen S&F-Einkaufskunden schätzen INTERGAST seit vielen Jahren als verlässlichen, innovativen und leistungsstarken Partner, der sich zudem durch eine äußerst hohe Flexibilität sowie Produkt- und Logistikqualität auf allen Ebenen auszeichnet. Wir wünschen INTERGAST für die Zukunft alles erdenklich Gute und weiterhin viel (gemeinsamen) Erfolg!“

Oliver Schrock ist Prokurist und Leiter des S&F-Einkaufsportals. Die S&F-Gruppe ist ein kompetenter Partner in allen Belangen rund um die Themen Einkauf, Großküchenplanung und Beratung.



Begeisterungsfähigkeit bringt Erfolg

Seit 30 Jahren steht der Name INTERGAST für Qualität, Zuverlässigkeit, Kundennähe und Kompetenz. Auch die HANNA-Feinkost AG steht für diese Werte. Durch die Jahre hat diese Gemeinsamkeit eine Partnerschaft entstehen lassen, die von wechselseitigem Vertrauen und Erfolg geprägt ist.

**Wir gratulieren INTERGAST mit allen Mitgliedsbetrieben
und Mitarbeitern zum 30-jährigen Jubiläum.**

Mit unseren innovativen und hochwertigen HANNA-Premiumprodukten möchten wir INTERGAST auch in den nächsten Jahren gerne begleiten und weiter vorwärtsbringen, zum Beispiel mit unseren neuen Snack-Rezepten, die dem Trend des Außer-Haus-Verzehrs neue Impulse bringen. www.hanna.de



ARLA® SKYR –
NATÜRLICH REICH AN PROTEIN, KAUM FETT



Unvergleichlicher Geschmack:
So frisch und lecker wie ein Joghurt
und cremiger als Magerquark.

- ✓ Einzigartiges Herstellungsverfahren nach isländischer Tradition
- ✓ Natürlich reich an Protein und nur 0,2 % Fett
- ✓ Ausschließliche Verwendung der besten, natürlichen Zutaten

**WIR GRATULIEREN DER
INTERGAST HERZLICH ZUM
30-JÄHRIGEN JUBILÄUM
UND FREUEN UNS AUF EINE
WEITERHIN ERFOLGREICHE
ZUSAMMENARBEIT!**

www.arlafoods.de



Zum 30-jährigen INTERGAST-Jubiläum gratuliert das Euro Food Conrad Team

Wir wünschen eine weiterhin erfolgreiche Entwicklung im Zeichen neuer Impulse sowie auch in den nächsten 30 Jahren eine angenehme Zusammenarbeit.

www.euro-food.de



Das Team von Thomas Niederreuther gratuliert INTERGAST herzlich zum 30-jährigen Bestehen.

Wir bedanken uns für die partnerschaftliche Zusammenarbeit und wünschen weiterhin viel Erfolg!



www.niederreuther.de

30 JAHRE INTERGAST – EIN GRUND ZU FEIERN!

Ihr Partner, B.I.G. – Belgian Ice Cream Group, möchte Ihnen zum 30-jährigen Jubiläum gratulieren und eine weitere gute Zusammenarbeit garantieren!

Das Geschäft nach 30 Jahren läuft wie erhofft, auch an heißen Tagen bewahren Sie mit uns einen kühlen Kopf.

Mit Respekt bewundern wir Ihre Tatkraft und Ihren Fleiß, gerne liefern wir Ihnen auch in der Zukunft leckeres Eis!



www.belgianicecream.be

BÜRGER
PROFIKÜCHE



30 JAHRE INTERGAST – BÜRGER PROFIKÜCHE GRATULIERT HERZLICH ZUM JUBILÄUM!

Die Händler von INTERGAST versorgen ihre Kunden seit jeher zuverlässig mit hochwertigen Produkten für Großverbraucher. So werden von traditionellen Maultaschen bis hin zu innovativen Gnocchi mit Rote Beete auch die Produkte von BÜRGER Profiküche auf die Teller der Gäste gebracht.

Vielen Dank für die gute Zusammenarbeit! Wir freuen uns auf die Fortführung der erfolgreichen Partnerschaft in den kommenden Jahren.



www.buerger-profikueche.de



Dr. Oetker Professional gratuliert INTERGAST zum 30-jährigen Bestehen – und freut sich auf die nächsten 30 Jahre!



gratuliert zum Jubiläum!

Im vergangenen Jahr gab es auch bei MILRAM etwas zu feiern:
50 Jahre FrühlingsQuark!

Mit dem legendären Kräuterquark und dem breiten Sortiment an Gewürzquarks ist die Marke klarer Marktführer im Lebensmitteleinzelhandel. Von der hohen Kompetenz in Sachen würziger Quarkgenuss profitieren Profiküche: Im Jubiläumsjahr führte MILRAM Food-Service mit den würzigen drei – Zaziki, Sour Cream und Kräuter-Dip – die Bestseller aus dem LEH im Food-Service-Markt ein. Mit ihrem besonderen Geschmack und der cremigen Konsistenz entwickeln sich die würzigen drei sehr erfolgreich.

In diesem Sinne wünschen wir auch INTERGAST weiterhin viel Erfolg!



Rindfleisch ist nicht gleich Rindfleisch

Alles begann 1908 in Südargentinien: Zwei kleine Familienbetriebe gründen die Sociedad Anonima Importadora y Exportadora de la Patagonia (SAIEP). 100 Jahre später kontrolliert das Unternehmen SAIEP mit einer eigenen regionalen Supermarktkette namens **La Anonima** den argentinischen Markt. Da dem Unternehmen die auf dem Markt erhältliche Fleischqualität, auch im Hinblick auf ihre Kontinuität nicht genügt, ist es selbst in die Rinderzucht eingestiegen und betreibt sogar zwei eigene Schlachthöfe. So bleibt bei La Anonima von der Zucht über die Schlachtung bis

hin zum Verkauf alles in einer Hand. Als exklusiver Partner von **La Anonima** in Europa sind wir als Importunternehmen **Gebr. Kruse GmbH & Co. KG** mitverantwortlich für die Produktionssteuerung und -planung in den Schlachtbetrieben in Argentinien, damit nur die höchstmögliche Fleischqualität verarbeitet wird. Auch in Zukunft hoffen wir zahlreiche Kunden von unserem Premium-Beef zu überzeugen. Wir wünschen der **INTERGAST-Gruppe** alles Gute zum 30-jährigen Jubiläum und sehen einem erfolgreichen Jahr 2018 mit Freude entgegen.



Wir gratulieren zum 30-jährigen INTERGAST-Jubiläum!

Durch viele Innovationen und Kundennähe hat es INTERGAST geschafft, sich sowohl in der Zustellung als auch im C&C einen Platz in den vorderen Rängen zu sichern.

Wir bedanken uns für 25 Jahre gute Zusammenarbeit und freuen uns, INTERGAST auf dem weiteren Weg begleiten zu dürfen.

Ihr Partner rund um den Pilz

Walhalla Delikatessen GmbH
Renate Aumer (GF)



www.walhalla-delikatessen.de

ALLER ANFANG SIND LIEFERANTEN DES VERTRAUENS

MIT HOCHWERTIGEN SORTIMENTEN UND KREATIVEN PRODUKTLÖSUNGEN GEBEN SIE WICHTIGE IMPULSE FÜR DIE GASTRONOMIE. IHRE KULINARISCHEN HIGHLIGHTS SORGEN FÜR ZUFRIEDENE UND BEGEISTERTE GÄSTE. DIE REDE IST VON INTERNATIONAL ERFAHRENEN LIEFERANTEN. GEMEINSAM MIT IHNEN IST INTERGAST EIN INTERNATIONAL STARKER VERBUND. ERFAHREN SIE MEHR ÜBER EINIGE PARTNER UNSERES VERTRAUENS.

Wir gratulieren **INTERGAST** herzlich zum 30-jährigen Jubiläum und freuen uns über eine ebenso lange partnerschaftliche Zusammenarbeit. Das erreicht man nur, wenn man täglich ein zuverlässiger und kompetenter Partner für die Köche ist und es versteht, zu inspirieren und zu begeistern. Darauf kann die **INTERGAST**-Familie zu Recht stolz sein.

Die Marken von Unilever Food Solutions stehen für höchste Qualität in der professionellen Küche. Um eine schnelle Distribution und hohe Kundenzufriedenheit zu gewährleisten, arbeitet Unilever mit Online-Lösungen und setzt bei der Abwicklung auf die Kompetenz von INTERGAST. Wie wichtig finden Sie diese Online-Tools?

Online-Lösungen gewinnen für die professionelle Küche immer mehr an Bedeutung und damit auch in der Zusammenarbeit zwischen Unilever Food Solutions, **INTERGAST** und den Köchen. Wir haben z. B. bereits eine intensive Zusammenarbeit über Webshops, um für unsere gemeinsamen Profi-Kunden das Einkaufen effizient zu gestalten und attraktive Angebote zu offerieren. Weitere Tools werden z. B. maßgeschneiderte E-Newsletter sein, in denen der Profi-Kunde genau die Angebote bekommt, die zu ihm passen, und dazu auch Kurzvideos mit inspirierenden Anwendungsideen und Rezepten.

Wie hart sind der Preisdruck und der Wettkampf, wenn man sich Firmen wie Amazon anschaut, die ebenfalls in den Bestellmarkt vordringen wollen?

Der Wettbewerb ist hoch und immer schneller kommen neue Spieler auf den Markt. Es wird immer unübersichtlicher und frühere Grenzen verschwinden mehr und mehr. Das erfordert noch stärker, sich in die Kundenbedürfnisse hineinzuversetzen und klare Lösungen anzubieten, die unseren Kunden in ihren täglichen Prozessen helfen, wirtschaftlich zu arbeiten und ihre Gäste zu begeistern, um Wertschöpfung zu erhöhen. Kundenzufriedenheit und Kundenbindung definieren sich noch stärker über den Faktor ganzheitliche Lösungen, nur so hält man auch den Preisdruck auf Abstand. Auch die Online-Lösungen müssen wesentlich schneller ausgebaut werden, um auch auf diesem Feld die Nr. 1 zu sein.

HARM VAN TONGEREN

Geschäftsführer
Unilever Food Solutions



JAN VAN WILSEM

General Sales Manager
Aviko



Ganz egal ob Street Food, asiatisch oder vegan – in der Gastronomiebranche gab es in den letzten Jahren zahlreiche verschiedene Trends. Als Food-Service ist man ständig angehalten, neue Produkte zu kreieren. Wie gehen Sie als Unternehmen mit diesen Anforderungen um?

Aktuelle Trends zu bedienen, bedeutet für uns weit mehr, als einfach neue eindimensionale Produkte zu entwickeln. Ganz im Gegenteil: Wir bieten heute bereits ein vielfältiges Sortiment an Kartoffelprodukten, die sich unglaublich vielseitig einsetzen lassen. Das beweisen wir unseren Verwendern immer wieder durch die Präsentation kompletter Themenkonzepte, die auf starke Gastro-Trends abgestimmt sind. Da kann dann eine altbekannte Ofenkartoffel neu inszeniert zum Star auf dem Streetfood-Markt werden. Oder Kartoffelwürfel zeigen in einem asiatischen Kontext, wie man mit starren Zutaten-Klichees bricht und für unerwartet attraktive Geschmackserlebnisse sorgt.

Ihre Leidenschaft für Kartoffeln teilen Sie mit Ihren Kunden und Partnern, wie auch INTERGAST. Wie sehen Sie die Zusammenarbeit, so dass praxisorientierte Lösungen perfekt kommuniziert und spannend bis zum Gastronom vordringen?

Unsere große Leidenschaft für Kartoffeln verbindet sich mit unserer Philosophie – der freundlichen Unterstützung – zu einer Haltung von Partnerschaft, die weit über den Tellerrand hinausgeht. Wir stehen in engem Kontakt zu Gastronomen und Küchenchefs aus allen Verpflegungsbereichen. Nur so können wir mit Recht behaupten: Wir wissen um die Situation und die Herausforderungen in deutschen Küchen und können mit neuen Produkten und Konzepten ideal darauf reagieren. Damit unsere Lösungen gezielt zum Verwender kommen, nutzen wir sämtliche Kanäle wie Anzeigen und Broschüren, Mailings und Messen, Internet und Social Media. Besonders freuen wir uns, wenn die Verwenderansprache wie bei **INTERGAST** in so guter Abstimmung mit unserem Handelspartner gelingt.

Gerade Neuheiten von Salomon haben in den letzten Jahrzehnten den Food-Service geprägt, wie 1997 die Chik'n Pine oder das neue Sortiment „Pulled Next Level“. Produktkreationen sind keine Grenzen gesetzt. Was ist Ihr Rezept für diese trendstarken Food-Neuheiten?

Unsere Impulse im Außer-Haus-Markt sollen inspirieren und zugleich revolutionieren. Wir sind Food-Service-Spezialist und zugleich Ideengeber. Mit unseren Erlebniswelten, der größten Angebotsvielfalt und unseren neuen Technologien setzen wir immer wieder Statements im Markt. Sie nannten gerade ein paar Neuheiten. Neben diesen kann man gerne auch die Chik'n Wings, Wraps, Appetizer etc. aufzählen, die Salomon FoodWorld in den europäischen Markt gebracht hat. Wir entwickeln Food-Neuheiten mit den besten Fachleuten in den jeweiligen Ländern. So sind auch unser Buffalo Chik'n Wings mit der einzigartigen Geschmacksnote der Original-Rezeptur aus der Anchor Bar aus Buffalo NY entstanden, um ein Beispiel zu nennen.

Dank unseres einzigartigen Food-Service-Monitorings spüren wir Produkt-Trends früh auf, wo sie entstehen: beim Gast, in der Szene, in den Küchen. Um es abzuschließen, hilft uns unser neuromarketinganalytischer Ansatz „Culinary Code“, den wir als Salomon FoodWorld entwickelt haben: Gästewünsche verstehen, erkennen und Möglichkeiten wie Speisekartengestaltungen und Angebotsformen bis hin zum Produkt dem Gastronom an die Hand geben.

Wie wichtig ist in dem Zusammenhang die Vernetzung und Digitalisierung im B2B-Markt und mit INTERGAST?

Schauen wir uns die „Generation Y“ an, wissen wir, dass bei dieser Generation eine neue Art des Einkaufens, der Kommunikation und eine neue Lebensweise entstehen. Wir wissen auch, dass das Kaufverhalten sich in der Gastro-Branche verändert. Digitalisiertes Bestellverhalten über Webshops wächst. Somit ist es für uns wichtig, uns für die Zukunft aufzustellen. Bilder, erklärende Informationen, Tools, Rezepturen, Handlings und Lösungsmöglichkeiten werden immer mehr gebraucht. Der Anspruch des Gastes wächst, diesen Ansprüchen und Erlebniszeiten gerecht zu werden, wird für den Gastronom immer schwerer. So müssen wir gemeinsam lösungsorientierte und channelspezifische Bedürfnisse der Gastronomie erarbeiten.

Wir freuen uns, gemeinsam mit **INTERGAST** die Zukunft konstruktiv, innovativ und inspirierend im Außer-Haus-Markt zu gestalten.

DENIS GASPARAC

Operations Director
Head of Markets / Salomon



Als Spezialist für haltbare Milchprodukte hat die Privatmolkerei Naarmann eine langjährige Tradition. Wie gehen Sie mit den Themen Nachhaltigkeit und Transparenz um?

Durch umfangreiche Investitionen in moderne und umweltschonende Technologie erhöhen wir unter anderem die Effizienz der Verarbeitungskapazität. Hierbei machen wir es uns zur Aufgabe, natürliche Ressourcen wie z.B. Wasser zu schonen und den Energieverbrauch zu reduzieren. Für unsere Wassereinsparbemühungen sind wir auf der diesjährigen Intergastra sogar mit dem 2. Platz des Nachhaltigkeitspreises „Grünes Band“ belohnt worden. Für mehr Nachhaltigkeit und Verantwortung im Kakaoanbau setzen wir seit 2015 zudem ausschließlich UTZ-zertifizierten Kakao in unseren Artikeln ein. Letztendlich kommt natürlich noch hinzu, dass unsere Produkte per se mit einer längeren Haltbarkeit ausgestattet sind. Durch die nicht erforderliche Kühlung wird Energie eingespart und die Entsorgung abgelaufener Lebensmittel minimiert.

Milcherzeugnisse mit Gentechnikfreiheit sind immer mehr gefragt? Wie stellen Sie sich diesen Anforderungen?

Gentechnikfreiheit ist ein ideologisches Thema und meines Erachtens nicht so wichtig in der Gastronomie, weil es auch nur schlecht im Marketing genutzt werden kann. Vegane Produkte und Bioprodukte geraten hingegen immer stärker in den Fokus. Diesem Wunsch kommen wir nach und stellen uns daher mit unserem Produktportfolio darauf ein. Innovative Produkte und guter Geschmack – das ist unser Ziel. Unsere Barista Soja, unser leckerer Apfel-Pudding, der zudem vegan ist, und unsere Bio-Vollmilch – das sind gute Beispiele aus unserem Sortiment, die diesen Trend widerspiegeln und unterstützen.

Erst die Lieferanten machen INTERGAST zu einem idealen Partner für Profis. Was macht eine erfolgreiche Zusammenarbeit Ihrer Meinung nach aus?

Wir sind immer im Gespräch. Genau dieser essentiell wichtige, partnerschaftliche Austausch ermöglicht uns die Zusammenarbeit auf Augenhöhe – von Mittelstand zu Mittelstand. **INTERGAST** hat sich ständig weiterentwickelt und im Markt gut behauptet. Wir sind ein verlässlicher Partner für **INTERGAST**, der dynamisch zur Seite steht. Unser Anspruch ist hierbei die Sicherstellung der Lieferfähigkeit und der erforderlichen Flexibilität. Darüber hinaus haben wir uns auf die Fahne geschrieben, immer wieder durch neue, innovative Produkte und Konzepte Akzente zu setzen. Durch die Bündelung bei **INTERGAST** erreichen wir das Maximum eines flächendeckenden Vertriebs.

CLAUS NAARMANN

Geschäftsführer
Naarmann



Jubiläumsausgabe 30 Jahre INTERGAST

Die Jubiläumsausgabe ist ein Magazin von

INTERGAST
GROSSVERBRAUCHER-SERVICE
HANDELSGESELLSCHAFT MBH

V. I. S. D. P. FÜR DEN REDAKTIONELLEN INHALT

Geschäftsführer Ralf Lambert

ANZEIGENDISPOSITION

Anette Hill, Julia Schneider
Telefon (07 81) 6 16-53 79

KONZEPTION UND GESTALTUNG

target unternehmeragentur GmbH
Inhabergeführt von:
Linda Kupper, Wolfgang van Moll
Hanauer Landstraße 289
60314 Frankfurt am Main
www.target-unternehmer.com

REDAKTION

Bettina Schneider (Redaktionsleitung)

ART-DIREKTION

Elisa Weimar

REINZEICHNUNG

Daniela Schott, Emanuele Wallat-Veronese

BILDNACHWEIS

123rf.de, flaticon.com, Aviko Foodservice, Fotolia.de, Freepik.com, Brülle & Schmelzer GmbH & Co. KG, Enders GmbH & Co. KG, Fritz Römer Großverbraucher-Service GmbH, Gafa Team GmbH & Co. KG, Guido Gegg Werbefotografie GmbH & Co. KG, Gut GmbH, Rainer Hartmann, INTERGAST, iStock, August Jaeger Nachf. GmbH & Co. KG, C&C Kassel GmbH & Co. KG, MEGA Das Fach-Zentrum für die Metzgerei und Gastronomie eG, MIGROMA C+C Großmarkt GmbH, Privatmolkerei Naarmann GmbH, C+C Netzhammer Großhandels GmbH, originalmockups.com, plainpicture, Pariserve, Prima-Food, PROHOGA GmbH & Co. KG, Rullko Großeinzelhandel GmbH & Co. KG, Salomon Food World GmbH, Schwarz+Hansen GmbH, S&F-Gruppe, VLG Großverbraucherdienst Südwest GmbH, Unilever Food Solutions, unsplash.com, GV-Frischdienst Walther, WASGAU C+C Großhandel GmbH, Wedl Handels-GmbH, Wehner Lebensmittel GmbH & Co. KG

DRUCK

ColorDruck Solutions GmbH
Gutenbergstraße 4
69181 Leimen

Der Inhalt dieses Produktes ist urheberrechtlich geschützt.
Nachdruck oder die Übernahme von Inhalten auf andere Websites
sowie die Vervielfältigung auf Datenträger dürfen, auch auszugsweise,
nur nach schriftlicher Zustimmung durch INTERGAST erfolgen.



*LAWA gratuliert zum 30-jährigen
Geschäftsjubiläum und möchte sich
für die gute Zusammenarbeit sehr
herzlich bedanken.*



Unsere frische Vielfalt von Pfannkuchen, Pancakes, Hefeklößen, Germknödeln oder auch Omeletts – erhältlich natural oder gefüllt – gibt Anregungen für einen vielseitigen Menüplan.

Unsere Basisprodukte lassen sich ganz einfach mit einer kleinen Portion Ideenreichtum immer wieder neu kombinieren, und das mit knapp bemessenem Zeitbudget.

Ein Griff in die Tiefkühltruhe, und mit unseren bereits vorgegarten Produkten entstehen leckere Gerichte mit feinen Dessertsauces, frischem Obst oder Gemüse der Saison.

www.lawa-frische.de



Sehr geehrtes INTERGAST-Team,

Erfolg und Wachstum, getragen von Ausdauer und Beharrlichkeit, schafft eine nachhaltige Wertekultur des Vertrauens und der Stabilität für bedeutsame Wege der Zukunft. Dieser wichtige Schritt ist Ihnen gelungen und das verdient besondere Anerkennung.

*Herzlichen Glückwunsch zum
30-jährigen Firmenjubiläum –*

auch im Namen unserer Mitarbeiter – und auf eine weiterhin gute und konstruktive Zusammenarbeit.

www.fisch-noll.de



Hilcona Foodservice gratuliert **INTERGAST** und den über 40 angeschlossenen Partnern herzlich zu 30 Jahren erfolgreicher Gestaltung des deutschen Food-Service Markts. Wir wünschen Ihnen zu Ihrem Geburtstag alles Gute und sind uns sicher, dass Sie auch zukünftig durch die Nähe zu Ihren Endkunden und das damit verbundene Vertrauen erfolgreich am Markt agieren werden.

Wir vom Hilcona Foodservice sind stolz darauf, hierbei partnerschaftlich an Ihrer Seite zu stehen.

Hilcona setzt seit fast 80 Jahren auf höchste Produktqualität. Natürliche, ausgewählte Zutaten und innovative Profi-Rezepte geben jedem Koch die Sicherheit, mit jedem Gericht täglich Topqualität zu servieren.



www.hilcona.com



CSM Bakery Solutions blickt mit der Marke Baker & Baker, auf eine langjährige und erfolgreiche Partnerschaft mit **INTERGAST** zurück.

Als Experte für American Bakery freuen wir uns auf eine weiterhin genussvolle, erfolgreiche Zukunft und gratulieren zum 30-jährigen Bestehen!

Wir sagen Danke für das entgegengebrachte Vertrauen und die langjährige Partnerschaft!

www.baker-baker.de



Beste Milch Ideen

Die Bayerische Milchindustrie eG gratuliert ihrem Partner **INTERGAST** zum 30-jährigen Jubiläum recht herzlich!

Wir freuen uns auf viele weitere Jahre einer guten Partnerschaft rund um Frische, Genuss und Kundenzufriedenheit sowie vielen „Beste Milch Ideen“!



www.bmi-eg.com



PAPSTAR gratuliert zu 30 Jahren Erfolg und Kompetenz!

PAPSTAR ist seit 2012 ein qualifizierter Partner von **INTERGAST** und versorgt deren Mitglieder mit Produkten aus den Bereichen Einweggeschirr, alles für den „gedeckten Tisch“, Verpackungsmittel und HACCP.

Auch in Zukunft werden wir mit unseren Marken **PAPSTAR pure** und **ROYAL Collection** gemeinsam viele neue und innovative Produkte für den Markt entwickeln, die auch den zukünftigen Kundenanforderungen entsprechen.

WIR FREUEN UNS AUF EINE WEITERHIN ERFOLGREICHE ZUSAMMENARBEIT!

WWW.PAPSTAR.COM

