

# Christian als Distributeur g als Trendse

Zur Person:

*Christian Seifert ist bei der GENUPORT Trade GmbH Geschäftsführer Markenmanagement und Vertrieb. Der 51-jährige Industrie-Kaufmann hat diverse führende Positionen im Bereich Handel und Industrie bekleidet und gilt mit seinem Erfahrungsschatz als ausgewiesener Experte der Branche.*

**fng:** Sie haben eine Vielzahl interessanter Marken in Ihrem Programm. Haben Sie schon das kommende Weihnachtsgeschäft im Visier?

**Christian Seifert:** Mit unserem Portfolio aus Spezialitäten verschiedener Kategorien sprechen wir die Konsumenten ganzjährig an. Das Weihnachtsgeschäft als einer der wichtigsten Anlässe in Deutschland sorgt natürlich besonders im Süßwarenbereich für eine starke Steigerung der Impulskäufe. Wir haben keine speziellen Produkte oder Kampagnen, die sich besonders am „Event“ Weihnachten orientieren, sondern bieten dem Handel und Konsumenten zu jeder Jahreszeit besondere Schokoladen, süße Gebäcke oder Getränke an, die gern mitgebracht, angeboten oder verschenkt werden. Wir versuchen, den Konsumenten ganzjährig den Alltag zu versüßen, weshalb wir unsere Marken auch außerhalb der Festtage mit hoher Sichtbarkeit im Handel platzieren, um die Konsumenten zu erreichen.

**fng:** Ihr Vertrieb betreut im Handel um die 12.000 Regalmeter. Wie gelingt es Ihrem Unternehmen, die Produkte stets rechtzeitig und in der richtigen Menge in die Märkte zu bringen?

**Christian Seifert:** GENUPORT verfügt über fast 70 Jahre Know-how und Expertise und kennt den Markt – unsere Stärke: Wir verfügen über eine der größten Außendienstorganisationen in Deutschland, um unseren Handelspartnern zentral und dezentral kontinuierlich einen



sehr hohen Servicelevel zur Verfügung zu stellen. Diese Dienstleistung wird auch permanent von Markeninhabern angefragt. Mit unserer Feldmannschaft beraten wir am POS, führen unsere Handelspartner durch unser Sortiment und präsentieren unsere neuen Trendprodukte. Dabei ist die Disposition der richtigen Mengen pro Produkt auch nach

saisonalen Schwerpunkten eine wichtige Teilaufgabe.

**»Der Handel möchte Vielfalt zeigen und ein großes Angebot präsentieren können«**

**fng:** Sie vertreiben neben international bekannten Produkten auch einige ausgefallene

**Genuport**

# Seifert: „Wir sehen uns großer Foodmarken und Partner für neue Produkte“

*Premiummarken, wenn wir mal an das italienische Eis Valsoia denken. Wie finden Sie für solche Premium-Erzeugnisse die richtigen Abnehmer?*

**Christian Seifert:** Valsoia gehört im Heimatland Italien zu den wichtigsten Marken im Segment pflanzlicher Spezialitäten und kann auf eine wahre Erfolgsgeschichte zurückblicken. Die Anzahl der Menschen, die sich pflanzlich ernähren und damit weitestgehend auf tierische Produkte verzichten möchten, steigt auch hierzulande weiter an. Damit einher gehen das wachsende Angebot und eine stärkere Differenzierung innerhalb der Kategorien. Kurz: Der Handel möchte hier Vielfalt zeigen und ein großes Angebot präsentieren können. Und dabei unterstützen wir den Einzelhandel mit Premiumprodukten und internationalen Topsellern wie den verschiedenen Produkten von Valsoia.

**fng:** *Nun ist ja die Verkaufsfläche in den Märkten begrenzt. Müssen Sie, wenn Sie ein neues Produkt im Regal platzieren möchten, auch mal ein anderes herausnehmen?*

**Christian Seifert:** Regalplätze sind hart umkämpft, und unsere Handelspartner vergeben die Plätze nach wirtschaftlichen Kriterien. Bei GENUPORT verstehen wir unsere Arbeit im Markenmanagement so, dass wir ständig aktiv an unseren Sortimenten arbeiten. Das bedeutet auch, unseren Handelspartnern klare Empfehlungen für Ein- und auch Auslistungen zu geben, um

insgesamt Umsätze und Rotationen zu steigern. Wir erkennen auch, wann wir einmal Artikel aus dem Programm nehmen müssen. Unsere Markeninhaber sind allerdings so innovationsfreudig, dass wir ständig mehr Neuheiten platzieren können.

**fng:** *GENUPORT setzt seine Markenprodukte immer wieder mit stark ins Auge fallenden Promotions in Szene. Stimmen Sie solche Kampagnen mit den Herstellern ab, oder inszenieren Sie die Aktionen in Eigenregie mit den Märkten?*

**»GENUPORT hat auch viele kleinere Marken im Portfolio, die man als Perlen bezeichnen kann«**

**Christian Seifert:** Unsere Kampagnen und Aktionen entstehen durch die Kombination aus eigener Kreativarbeit, dem Marktwissen, Zielgruppen-Insights und der Berücksichtigung der Marken-Heritage. Hier arbeiten wir natürlich mit den jeweiligen Herstellern zusammen, Idee und Konzept kommen aber im ersten Schritt von uns. Wir kennen den deutschen Handel und wissen, was hierzulande an Trends greifen wird und wie wir die Konsumenten erfolgreich ansprechen müssen. Deshalb erwarten unsere Markeninhaber auch unsere Vorarbeit und fragen unsere Vorschläge an. Die Entscheidungen werden dann in der Regel gemeinsam getroffen und festgelegt.

**fng:** *Wenn Sie auf Ihr Portfolio blicken, was sind Ihre erfolgreichsten Marken?*

**Christian Seifert:** Die erfolgreichsten Marken in unserem Portfolio kommen aus den verschiedensten Kategorien und zeigen anschaulich, wie breit wir mittlerweile aufgestellt sind. Unter den Topsellern sind Frühstücksmarken wie Ovomaltine und Caotina, salzige Snacks wie Roland und Snyder's of Hanover, aber auch die beliebten Schokoladenmarken Marabou und Daim gehören zu unseren Erfolgsmarken. Um auch in der Zukunft ein umfangreiches Angebot abdecken zu können, haben wir in diesem Jahr weitere internationale Topmarken in unser Portfolio aufgenommen: Der italienische Essig-Klassiker Ponti bereichert unsere Feinkost-Kategorie, während die französische Marke Pomone mit ihren köstlichen Tartes und Desserts unser Tiefkühlsegment stärkt. Ein besonders starkes Wachstum verzeichnen wir mit unseren Marken Multipower, Champ, Multablen und Got7 im Bereich Functional Food. Darüber hinaus hat GENUPORT jedoch auch viele kleinere Marken im Portfolio, die man als Perlen bezeichnen kann, und die sich seit Jahren gut entwickeln.

**fng:** *GENUPORT hat sich im Laufe der Jahre zu einem der bedeutendsten Distributeure in der Süßwarenbranche entwickelt. Was sind mittelfristig Ihre wichtigsten wirtschaftlichen Ziele?*

**Christian Seifert:** Unsere Zielsetzung ist klar: Wir wollen wachsen! Um dieses Ziel in den nächsten Jahren erreichen zu können, haben wir GENUPORT

Ende vergangenen Jahres organisatorisch neu aufgestellt. Wir haben Kompetenzen intern gebündelt und das Team personell aufgestockt. Vor uns liegt das 70. Unternehmensjahr – ein wichtiges Jubiläum, auf das alle stolz sind! Mittlerweile können wir sagen, dass GENUPORT weit mehr ist als ein reiner Süßwarendistributeur. Unsere besondere Stärke liegt nach wie vor in der Süßen Branche, dafür schlägt das Herz des Unternehmens. Doch 70 Jahre nach Gründung von GENUPORT sehen wir uns als Distributeur großer Foodmarken, als wichtiger Partner des deutschen Lebensmittelhandels und weiterhin als Trendsetter für neue Produkte. Inzwischen bieten wir Produkte aus neun verschiedenen Kategorien an. Neben Süßem und Salzigen gehören auch Functional Food, Tiefkühl- und Feinkostprodukte sowie Frühstückartikel, Getränke und Konserven dazu. Aktuell führen wir gerade im Non-Food-Segment Wasserfilter und Kannen der Marke BWT im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ein.

**Kontakt:**

**GENUPORT  
TRADE GmbH**  
Gutenbergring 60  
D-22848 Norderstedt

Tel.: +49 (0)40 5284 101  
Fax: +49 (0)40 5234 092

E-mail: [info@genuport.de](mailto:info@genuport.de)