

Presseinformation

50 Jahre Service-Bund: Profiküchen verändern sich. Die Kraft einer Partnerschaft nicht.

Die Arbeit in der Profi-Küche hat sich im Lauf der Zeit stark verändert. Seit seiner Gründung vor 50 Jahren ist der Service-Bund stets zur Stelle und trägt diesen Wandel mit – von regionalen Produkten in Top-Qualität bis hin zu innovativen Lösungen für jede Profi-Küche – festgehalten im Jubiläumssymbol des Baumes.



Wer seine Gäste jeden Tag aufs Neue verwöhnen will, der braucht einen starken Partner an seiner Seite. Der Service-Bund unterstützt Profi-Köche im Außer-Haus-Markt. Seit mehr als 50 Jahren und mit knapp 30

Gesellschaftern im gesamten Bundesgebiet ist der Service-Bund immer zur Stelle, um seine Kunden mit passenden Produkten für die Profi-Küche zu versorgen und dabei stets das besondere Plus an Service zu bieten. Knackig frisches Obst, saftiges Fleisch, köstlicher Fisch – das Sortiment vom Service-Bund lässt keine

Wünsche offen. Seit seiner Gründung im Jahr 1973 konnte der Service-Bund stets wachsen und neue Mitglieder unter dem Dach des Verbundes begrüßen. Langjährige, von Vertrauen geprägte Beziehungen zu Kunden, Lieferpartnern und Mitarbeitern charakterisieren den Service-Bund und prägen die tägliche Arbeit. Nicht umsonst ist der Adler im Logo auch schon in der griechischen Mythologie das Symbol der Gastlichkeit. Eine gelungene Balance zwischen regionaler Nähe und zukunftsorientierten Konzepten – so lautet die Devise beim Service-Bund. Auf den Erfolg der vergangenen 50 Jahre wurde nun am 9. September 2023 in Hamburg gemeinsam angestoßen – mit einem Festakt in der Laeiszhalle sowie einem großen Fest im Schuppen 52, direkt an der Hamburger Elbe.

Zusammenhalt durch Familienunternehmen

Vor fünf Dekaden schlossen sich die Gründerväter des Service-Bund zusammen, um mit einem gemeinsamen Auftritt bessere Einkaufsbedingungen zu erzielen, sich am umkämpften Markt

besser positionieren zu können und auch für die Zukunft gerüstet zu sein. Dies war gleichzeitig der Startschuss für das bis heute gültige Service-Bund Motto „**We are family**“, welches für die mittelständisch geprägten Unternehmen der Gruppe ebenso wie für die verbindliche, werteorientierte Kollegialität untereinander steht. „Seither ist die Unternehmensgruppe stetig gewachsen, hat neue Familienmitglieder aufgenommen, hat Partnerschaften, Trennungen und die Geburten von neuen Ideen und Betrieben erlebt. Auch im 50. Jubiläumsjahr 2023, und natürlich darüber hinaus, stehen der Kunde und Werte wie Loyalität, Integrität und Vertrauen im Mittelpunkt des Handelns“, erklärt **Ulfert Zöllner**, seit 2002 Geschäftsführer der Service-Bund GmbH & Co. KG.

Das Bündnis als große Stärke

Die Service-Bund Gruppe agiert in einem sich schnell ändernden Markt, in dem die Gastronomen unter **Personalknappheit**, unter **steigenden Kosten** sowie unter weiteren **teils globalen Einflüssen** leiden. Auch die notwendige Digitalisierung schreitet immer schneller voran. Der Service-Bund trägt die Verpflichtung gegenüber seinen Kunden im Namen. Der Kunde steht im Mittelpunkt. Ihm den optimalen „Service“ zu bieten, sich mit ihm und den Lieferpartnern gemeinsam im Markt weiterzuentwickeln und eine Win-win-Situation zu schaffen, ist das angestrebte Ziel. Gleichzeitig lebt der Service-Bund dieses Vertrauen sowohl intern als auch in den Beziehungen zu verbundenen Unternehmen („Bund“).

Maßgeschneiderte Partnerschaften

Hinter dem Wort „Bund“ steckt wesentlich mehr als ein Vertrag, dem sich alle Service-Bund Unternehmer verpflichtet haben. Es beinhaltet auch die vielen **strategischen Partnerschaften** mit Lieferanten, Produzenten in den Herkunftsländern der Eigenmarken oder Partnerunternehmen wie zum Beispiel die **Sander Gruppe**. Gäste fragen zunehmend nach durchdachten Konzepten, die neben der Kulinarik auch Erlebnis-Themen und Aspekte wie Gesundheit und Nachhaltigkeit beinhalten. Zeitgleich kommt der Fachkräftemangel in der Branche hinzu. Es fehlt an Köchen, und immer weniger Mitarbeitende sind in der Lage, die steigenden handwerklichen Anforderungen an eine moderne Profi-Küche zu erfüllen. Ulfert Zöllner dazu: „Durch strategische Partnerschaften des Service-Bund profitieren alle: Unternehmer vor Ort, Mitarbeitende und Kunden. Mit Partnern werden neue Wege gefunden, um gemeinsam Innovationen voranzutreiben. Dabei spielen persönliche Beziehungen, langjährige Erfahrung, ein

ausgewähltes und breites Sortiment sowie maßgeschneiderte digitale Angebote eine große Rolle – damit unsere Kunden und auch wir für die Zukunft gerüstet sind.“

Von der Wurzel bis zur Krone

Anlässlich des 50. Jubiläums des Service-Bund wurde der **Baum** als Symbol gewählt. Der allgemeine Sprachgebrauch definiert den Baum als das größte und stärkste Gewächs auf unserer Erde mit einem einzigen Stamm aus Holz, mit Zweigen, die Blätter oder Nadeln tragen, und mit einer Krone. Und wenn man bei diesem Symbol bleibt, so wurde der Keim des Service-Bund 1973 gelegt – und damit neue Möglichkeiten für freie Unternehmer im Großhandel. Das Gründungsmitglied Rittner ist heute noch Mitglied des Service-Bund. Das Bäumchen wuchs und wurde zu einem Baum mit einer guten Verwurzelung als Basis für weiteres Wachstum. Nach und nach kamen neue Äste in Form von neuen Projekten und neuen Mitgliedern hinzu. Der Verlust eines großen Astes in den 80er Jahren führte zu einer Krise der Gruppe, jedoch entwickelten sich gleichzeitig neue Baumtriebe, die zu neuen kräftigen Ästen wuchsen. Der Baum erholte sich und wurde immer kräftiger. In den weiteren Jahren wurde dieser Baum mehrmals veredelt, es kamen immer mehr Mitglieder hinzu, von denen einige mittlerweile jeweils einen Umsatz in dreistelliger Millionenhöhe machen. Ulfert Zöllner dazu: „Die Entwicklung des „Baums Service-Bund“ mit neuen Mitgliedern und Kooperationen, aber auch mit den Abgängen und den Veränderungen insgesamt, ist ein **lebendiger Prozess, mit Anpassungen und Ausprägungen in unterschiedlichsten Formen**. Es wäre kein Wachstum möglich ohne eine inhaltliche Weiterentwicklung einer Gruppe, sozusagen die Nährstoffe und die Umweltfaktoren, die zu einem gesunden Gedeihen des Baums beitragen.“ Für den Service-Bund sind das die **Digitalisierung, Nachhaltigkeit, prozessuale Entwicklung, der Webshop** mit einem sehr hohen dreistelligen Millionenumsatz, **Automatisierung der Lagerhaltung** und viele weitere Aufgabenstellungen. Dazu gehören auch die Entwicklung und das Management der erfolgreichen **Eigenmarken**, wie zum Beispiel Servisa, Rodeo, Mermaid und Salva D’Or. „Wir werden auch in der Zukunft gemeinsam daran arbeiten, dass der Service-Bund weiterhin wie ein Baum wächst, wissend darum, dass dieses Wachstum getragen wird vom kulturellen Selbstverständnis der Gruppe, das für die feste Verwurzelung steht und die Basis dafür bildet, an den zukünftigen Herausforderungen zu wachsen. Wir wissen aber auch, dass uns Äste und Zweige verlassen und sich neue entwickeln müssen. Die Krone des Service-Bund Baums wird mit allen diesen Veränderungen einzigartig bleiben“, fasst Ulfert Zöllner zusammen.

Feierliches Tages- und Abendprogramm

50 Jahre Service-Bund – ein rundes Jubiläum, das gebührend gefeiert werden musste. Am **9. September 2023** nahmen daher über 700 Gäste an der Jubiläumsfeier in der **Hamburger Laeishalle** teil. **NDR-Moderatorin Bettina Tietjen** führte durch die Veranstaltung, die aus Rückblicken, Glückwünschen sowie Fachvorträgen zu aktuellen Branchen- und Gesellschaftsthemen bestand. Auch in den anschließenden Fachvorträgen ging es neben Grußworten der **European Catering Distributors (ECD)** und von **Ingrid Hartges (DEHOGA)** immer wieder um das Thema Zukunft. Keynote-Vorträge von **Matthias Horx und Tristan Horx** sowie von Food-Trendforscherin **Hanni Rützler** rundeten dabei das Rahmenprogramm ab. Zum Abschluss der Tagesveranstaltung leisteten alle Gesellschafter eine Unterschrift. Diese steht unter dem Versprechen, sich gemeinsam für die Entwicklung der Gruppe einzusetzen. Sie fasst die zukunftsfähige Vision des Service-Bund mit all seinen individuellen Unternehmern, Partnern, Kunden und Mitarbeitenden zusammen.

Bei der anschließenden Abendveranstaltung im Schuppen 52 an der Elbe ließ man gemeinsam die Sektkorken knallen. Ulfert Zöllner dazu: "Wir feiern die Vergangenheit und die Zukunft. Genauer gesagt: Wir feiern die Kunden, Kollegen, Freunde und Partner der Service-Bund Familie." Unter der kulinarischen Leitung von **Andreas Scholz** wurden an verschiedenen Kochstationen köstliche Gerichte serviert – auf Basis verschiedener Marken wie Rodeo, Mermaid oder ExpertPartnership Sander.

Über den Service-Bund:

Wer seine Gäste jeden Tag aufs Neue verwöhnen will, der braucht einen starken Partner an seiner Seite. Der Service-Bund unterstützt Profi-Köche im Außer-Haus-Markt. Seit mehr als 50 Jahren und mit knapp 30 Gesellschaftern im gesamten Bundesgebiet ist der Service-Bund immer zur Stelle, um seine Kunden mit passenden Produkten für die Profi-Küche zu versorgen und dabei stets das besondere Plus an Service zu bieten. Knackig frisches Obst, saftiges Fleisch, köstlicher Fisch – das Sortiment vom Service-Bund lässt keine Wünsche offen.

Besonders stehen die ausgefeilten Eigenmarken-Konzepte vom Service-Bund im Fokus, die in vielen Profi-Küchen ihren festen Platz erobert haben. Bereits seit der Einführung der ersten Eigenmarke Servisa in den 1970er Jahren setzt der Service-Bund auf Produkte, die gemeinsam mit zuverlässigen Partnern entwickelt und unter ständigen Qualitätskontrollen produziert werden. Ob Frische oder TK, ob Fisch oder Fleisch, ob Frühstücksbuffet oder Gala-Dinner – mit dem Service-Bund an ihrer Seite können sich die Profis in Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung eindrucksvoll positionieren. So kamen in den letzten Jahren viele neue Eigenmarken-Konzepte wie ServisaPrime, Rodeo Ranch Quality, Gastrovinum, Mermaid, Salva D'Or, Sonnenreife, Completa, Sourcer oder ServisaPOS hinzu.

Seit seiner Gründung im Jahr 1973 konnte der Service-Bund stets wachsen und neue Mitglieder unter dem Dach des Verbundes begrüßen. Langjährige, von Vertrauen geprägte Beziehungen zu Kunden, Lieferpartnern und Mitarbeitern charakterisieren den Service-Bund und prägen die tägliche Arbeit. Nicht umsonst ist der Adler im Logo auch schon in der griechischen Mythologie das Symbol der Gastlichkeit. Dabei wird nachhaltige Entwicklung stets groß geschrieben – ob durch Zertifizierungen, Engagement für den Nachwuchs und die Weiterbildung oder gelebtes ökologisches und ökonomisches Handeln im Alltag. Eine gelungene Balance zwischen regionaler Nähe und nationalen Konzepten – so lautet die Devise beim Service-Bund.

Abdruck frei – Beleg erbeten an:

eagle brands and media GmbH

Ralph Marko, Kommunikationsmanager

Sternstraße 106-108

D-20357 Hamburg

Mobil: +49 (0)151 – 237 032 21

E-Mail: presse@servicebund.de

Website: www.servicebund.de