

30.07.2021

Hessens beste Obst- und Gemüseabteilung

REWE Markt in Frankfurt ist Landessieger beim Branchen-Oskar

Autor:in
Anja Loewe
Pressesprecherin



Die Obst- und Gemüseabteilung im Frankfurter REWE Markt wurde mit dem Deutschen Fruchtpreis 2021 prämiert.





Fabio Ruvo (2.v.l.) ist Marktmanager in Hessens bester Obst- und Gemüseabteilung.

Der REWE-Markt in der Karl-von-Drais Straße in Frankfurt hat Hessens beste Obst- und Gemüseabteilung. Beim Wettbewerb um den „Deutschen Fruchtpreis 2021“ wurde der Markt in Baden Baden zum hessischen Landessieger gekürt.

Das Fachmagazin „Rundschau für den Lebensmittel“ zeichnet gemeinsam mit dem „Fruchthandel Magazin“ jährlich Deutschlands beste Obst & Gemüse Abteilung aus. Schirmherr des Preises ist das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. Prämiert werden Märkte mit einzigartiger Sortimentsleistung, besonderen Vermarktungskonzepten, werthaltiger Verkaufsstrategien und kreativer Flächenkonzepte.

Eine Experten-Jury bewertet deren Obst- und Gemüseabteilung anhand eines strengen Kriterienkatalogs. Durch mehrere unangemeldete Store-Checks prüfen die Jurymitglieder die Leistung der Bewerber-Märkte im Tagesgeschäft und gleicht sie mit den eingereichten Bewerbungsunterlagen ab. Berücksichtigt werden dabei unter anderem das Sortiment, die Präsentation und die Beratung. Ebenso die Sauberkeit in der Abteilung, Kreativität und Verkaufsleistung.

300 Obst- und Gemüseorten

Bei all diesen Punkten konnte der REWE-Markt in der Karl-Drais-Straße überzeugen: Rund 300 Obst- und Gemüseartikel bietet der 2017 eröffnete Vollsortimenter in seiner 360 Quadratmeter großen Abteilung an, davon zwanzig Prozent aus biologischer und zehn Prozent aus regionaler Herkunft. Direkter Blickfang im Eingangsbereich ist die saisonale Landmarkt-Ware. Besonders schätzten die Kundinnen und Kunden hier die Frische der Produkte, die teilweise täglich von Landwirten aus der Nachbarschaft geliefert werden. „Regelmäßig führen wir Verkostungen und Events in unserer Abteilung durch, mit denen wir gezielt Warenkunde vermitteln und die Kundschaft auch an Sorten heranführen, die bisher nicht auf ihrer Speisekarte standen“, erklärt Marktmanager Fabio Ruvo das Erfolgskonzept des Marktes. Beliebt ist auch das große Convenience Angebot aus der eigenen

„Schnipfelküche“. „Fruchtdessert, Salat oder einfach nur frisch geschnittenes Obst sind bei der berufstätigen Kundschaft ein Verkaufshit.“