

Am Anfang war der Wolf

Mit dem Wunsch des Bonner Küchenchefs Karl-Heinz Wolf nach ultrafrischem Hochseefisch fing 1978 alles an. Über die Jahre hat sich die Rungis express GmbH zu einer der größten europäischen Handelsgesellschaften für hochwertige Lebensmittel entwickelt

Weil es ultrafrischen Hochseefisch Mitte der 1970er nicht mal eben „ums Eck“ gab, beschloss der Gastronom Karl-Heinz Wolf, die Dinge selbst in die Hand zu nehmen. Er fuhr eines Abends direkt nach Frankreich, um Frischfisch am Großmarkt im Pariser Vorort Rungis einzukaufen. Da bald auch andere Gastronomen seinen Lieferservice in Anspruch nahmen, beschlossen er und sein späterer Geschäftspartner George W. Kastner, die Paris-Tour regelmäßig zu fahren. Es kam zur Gründung des Rungis Express mit drei LKW. Das war 1978.

Damals wie heute sind die Ansprüche im Unternehmen hoch. Es werden nur ausgesuchte Lebensmittel von hervorragender Qualität ins Sortiment aufgenommen.

Bei der Beratung der Kunden aus Gastronomie und Hotellerie sowie dem Handel wird nichts dem Zufall überlassen. Daher sitzen auf Seiten des Vertriebs mittlerweile 65 gelernte Köche, die die „Sprache der Kunden“ sprechen. Um den Kundenansprüchen noch besser gerecht werden zu können, wurde jüngst der Rungis express-Webshop einem kompletten Relaunch unterzogen. Über die ebenfalls frisch gelaunchte Mitarbeiter-App R connect haben auch Externe und Interessierte jetzt die Möglichkeit, mit dem Unternehmen direkt in die Kommunikation zu gehen.

Mit der in Kelsterbach bei Frankfurt/Main ansässigen CCG DE GmbH verfügt die Rungis express GmbH über ein eigenes Speditionsunternehmen mit der Kernkompetenz temperaturgeführter

RUNGIS express GmbH

1978 Gründung durch Karl-Heinz Wolf (Restaurant Chez Loup, Bonn, 1 Michelin-Stern)
1980 Einstieg von George W. Kastner, Ausbau zur GmbH und Co. KG
1982 Ausstieg von Karl-Heinz Wolf. George W. Kastner wird alleiniger Geschäftsführer
1986 Verkauf der Anteile von Rungis express von Karl-Heinz Wolf an Kauffhof AG (Weiterverkauf an Investorengruppe)
2005 Übernahme und Gründung als AG durch Christian Helms und Dr. Michael Späth
2006 Vollständige Übernahme durch CCG (Christian Helms), Weiterführung als AG
2016 Verkauf an die Metro Group
Seit 2016 Rungis express GmbH mit Töchtern CCG und FIDECO (Schweiz)

Transporte für verderbliche Güter. Die Tochter- bzw. Schwestergesellschaften der Rungis express GmbH vertreiben deren Produkte in Österreich und der Schweiz (FIDECO).

3 FRAGEN AN...

Michael Poggenpohl, CEO, Rungis express GmbH

chefs!: Ihr Unternehmen steht für 45 Jahre erstklassige Lebensmittel für die Gastronomie. Wie geht's weiter?

Poggenpohl: Unsere Kernaufgabe als Großhändler ist die Bildung und Pflege eines Sortiments. Es ist das Herzstück des Unternehmens und entwickelt sich stetig weiter. Wir haben eine Abteilung, die sich rund um die Uhr mit Food Scouting und Lebensmittelinnovationen auseinandersetzt. Sie gibt fortlaufend neue Impulse für unsere Sortimentsgestaltung. Stolz sind wir auf unser Mise-en-Place-Sortiment. Diese Convenience-Produkte erleichtern die Arbeit unserer Kunden. Als Beispiel seien vorgeschnittenes Gemüse oder spezielle Soßen genannt.

chefs!: Wie hebt sich Rungis express vom Wettbewerb ab?

Poggenpohl: Rungis express ist im gesamten Bundesgebiet mit einer eigenen LKW-Flotte unterwegs. Wir können die Waren bereits einen Tag nach Bestellung bis nach Sylt oder in die Alpen ausliefern. Wir bieten ein breites Frischesortiment in Spitzenqualität rund um Fleisch, Fisch, Gemüse & Obst und mehr. Der Kunde, der Qualität erwartet, kann bei uns seinen kompletten Einkauf erledigen. Der wesentliche Unterschied zum Wettbewerb ist die enge Kundenbeziehung. Wir kennen unsere Kunden. Dies hilft uns bei der Herausforderung, auf sich ändernde Kundenbedürfnisse schnell zu

reagieren, und bietet dem Kunden den Vorteil, einen Partner an der Seite zu haben, der auch Extrawünsche bedient.

chefs!: Wie bewerten Sie die aktuelle Situation im deutschen Gastronomiesektor?

Poggenpohl: Die Corona-Pandemie hat die Welt vor drei Jahren komplett auf den Kopf gestellt. Die Auswirkungen sind bis jetzt in vielen Industrien spürbar. Wir sprechen uns deutlich für einen Erhalt der 7 %-Mehrwertsteuer-Regelung aus, damit der Branche nicht die Luft zum Atmen genommen wird. Wir arbeiten stetig daran, unser Geschäftsmodell an sich verändernde Rahmenbedingungen anzupassen. Zum Beispiel, indem wir neben unseren Kernartikeln im den Bereichen Fleisch und Fisch auch Waren und Lösungen anbieten, welche die Nachfrage nach veganen Produkten, Mise-en-Place-Sortimenten sowie Regionalität und Nachhaltigkeit bedienen. Der Kundenkontakt erfolgt größtenteils über unseren Telefonverkauf. Jedoch erfreut sich auch unser Webshop im neuen Look einer immer größeren Beliebtheit. Hier werden wir auf Jahressicht noch eine entsprechende App folgen lassen.

