

Unser Consumer-Konzept 1:
CAP – DER LEBENSMITTELMARKT
 Alles Gute für Ihren CAP-Markt



NAH AM MENSCHEN

Das Konzept ist einfach und gut. Aus vielen Wohnquartieren und den Innenstädten ziehen sich die Konzerne zurück und wandern in Gewerbeparks oder in Einkaufszentren ab. Dadurch wird für viele Menschen die Versorgung mit Lebensmitteln sehr aufwändig und kompliziert. Das sind die Orte, an denen die CAP-Lebensmittelmärkte einen Versorgungseingpass schließen.



BESONDERHEITEN
 Hochwertige Services, frische Waren
 und echte Menschlichkeit an einem Ort

In unseren CAP-Supermärkten werden bis zu 50 % aller Arbeitsstellen von Menschen mit Behinderung besetzt. Diese Mitarbeitenden arbeiten auf Positionen, die genau auf ihre eigenen Fähigkeiten abgestimmt sind. Sie leisten daher verantwortungsvolle und qualitativ hochwertige Arbeit. So wird der CAP-Markt für die Mitarbeitenden zu einem echten Lebensmittelpunkt. Und was bekommen die Kunden davon mit? Nur Normalität. Oft bemerken die Käufer nicht einmal, dass hier irgendetwas anders ist – und das ist gut so. Und auch die Kunden und ihre Familien finden dort immer ein offenes Ohr. Die CAP-Märkte sind Vollsortimenter und Dienstleister aus Leidenschaft. Wir bieten echte Dienstleistung: Lieferservice, barrierefreies Einkaufen, Lokalität, begleitetes Einkaufen – immer die Bedürfnisse und die Zufriedenheit der Kunden im Blick.



DAS BIETEN SIE IHREN ZUKÜNFTIGEN KUNDEN

- Marktgerechtes Preis-/Leistungsverhältnis
- Vollsortiment
- Nahversorger (auch in strukturschwachen Gebieten)
- Barrierefreies Ladenkonzept
- Kommunikationspunkt
- Lokalität
- Kunden- und Bedarfsorientierung
- Frische und Sauberkeit
- Inklusion
- Schaffung von Arbeitsplätzen für Menschen mit und ohne Behinderung
- Attraktive Serviceleistungen: Lieferservice, Einpackhilfe, begleiteter Einkauf



UNSERE LEISTUNG – IHR ERFOLG
 Was haben Sie von CAP?

Als Betreiber profitieren Sie von unserer bestehenden Corporate Identity, dem Marketingkonzept und dem ansprechenden Corporate Design der Marke CAP. Wir unterstützen Sie bei der Standortanalyse und der Sortimentsauswahl. Mit unseren Personal- und Marketing-schulungen schaffen wir die nötige Qualifikation für Ihre Mitarbeitenden mit und ohne Behinderung. Sie bekommen dazu ein fundiertes Controlling und Benchmarking durch permanente betriebswirtschaftliche Analysen.

ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

- 1999** Eröffnung erster CAP-Markt in Herrenberg durch FEMOS gGmbH
- 2001** gdw süd überführt das Konzept in ein Social Franchising
- 2002** Eröffnung erster CAP-Markt außerhalb Baden-Württembergs, nämlich in Dobbertin, Mecklenburg-Vorpommern
- 2003** Auszeichnung BAG „Die Idee“
Wechsel zum Hauptlieferanten EDEKA
- 2005** Auszeichnung Freudenberg-Preis
- 2007** Auszeichnung „Deutschland – Land der Ideen“
- 2008** Handels-Innovations-Preis
- 2009** Feier des 10-jährigen Jubiläums mit 73 Märkten
- 2010** Entwicklung eines neuen Corporate Designs für eine stärkere Markenpolitik
- 2014** Einführung eines Category Managements für Sortimentsoptimierung und bessere Kundenführung
- 2017** Bislang Eröffnung von weit mehr als 100 CAP-Märkten
Etablierung von 1.450 Arbeitsplätzen in Voll- und Teilzeit, davon 850 Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung

