



FOOD SERVICE. JEDERZEIT. AN JEDEM ORT.

Die Arbeit in der Profiküche hat sich im Laufe der Zeit stark verändert. Seit seiner Gründung vor 50 Jahren ist der Service-Bund stets zur Stelle und trägt diesen Wandel mit. Lesen Sie hier, was der Service-Bund für Sie tun kann – von der Lieferung regionaler Spezialitäten oder Spitzenprodukte aus aller Welt bis hin zu smarten, innovativen Lösungen für Ihren Gastro-Alltag.

Hochwertige, authentische Eigenmarken, eine familiär geprägte Unternehmenskultur, verlässliche Partnerschaften und flexible Angebote zusammen aus einer Hand – für all das und noch so viel mehr steht die Service-Bund Gruppe seit der Gründung 1973. Dieser Verbund aus inhabergeführten Unternehmen ist stetig gewachsen: An aktuell 39 Standorten beliefern die 30 Service-Bund Unternehmer Kunden aus der Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftsverpflegung – und das mit einem individuell auf die jeweiligen Kundenbedürfnisse angepassten Vollsortiment. Vom Foodtruck bis zur Sterne-Gastronomie, vom Krankenhaus bis zum Kreuzfahrtschiff reicht dabei die Bandbreite. Durch die Mitgliedschaft bei den European Catering Distributors (kurz: ECD) ist der Service-Bund zusätzlich auch europaweit vernetzt. Dabei ist das Rezept für den Erfolg des Service-Bund bis heute gleichgeblieben: Immer da und innovativ sein! Und zwar nicht nur heute, sondern auch morgen!

Ebenso vielfältig wie die Kunden sind auch die regional fest verwurzelten Service-Bund Unternehmer von Sylt bis Niederbayern und Österreich. Über eine tiefe Verankerung im Gastgewerbe hinaus verfügen viele Betriebe über individuelle Besonderheiten wie zum Beispiel Fisch-Expertise oder eine eigene Feinkost- oder Wildproduktion. Davon profitiert die Gruppe ebenso wie jeder einzelne Kunde. Einzigartig im Markt ist die Kombination aus regionaler Kompetenz und nationaler Wirkungskraft des Service-Bund. Von großen Konzernen unterscheidet die Unternehmer ihr flexibler Service und die regionale Nähe: Das bedeutet persönliche Betreuung durch kompetente Fachberatende vor Ort, die ihr Geschäft wirklich verstehen, und den Zugang zu einer breiten Palette von Produkten und Dienstleistungen durch ein bundesweites Netzwerk und starke Kooperationspartner. Der Service-Bund hebt sich besonders durch seine Spitzenprodukte hervor, die als Eigenmarken weltweit eingekauft werden. Das Unternehmen setzt zudem auf zukunftsorientierte, digitale Lösungen, wie etwa den Webshop oder den MyKitchenManager. Dabei handelt es sich um eine leistungsstarke Softwarelösung für Großverbraucher. Eine klar strukturierte, benutzerfreundliche Oberfläche erleichtert die Bedienung, und durch die automatisch bereitgestellten Daten für alle Einkaufsprodukte des Service-Bund ist auch die Datenpflege mühelos. Die persönliche und fachliche fundierte Betreuung durch unsere erfahrenen Experten ermöglicht einen schnellen und effizienten Einstieg.



DER **SERVICE-BUND**
IN ZAHLEN

44
Standorte

Sortimentsgröße
43.000

80.000
aktive Kunden

Umsatz in 2025
2 Mrd. €

1973

GRÜNDUNG

Fuhrpark



976



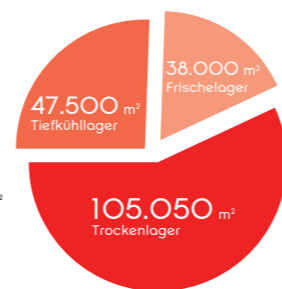
429



32 Gesellschafter

Lagerfläche

Gesamt >180.000 m²



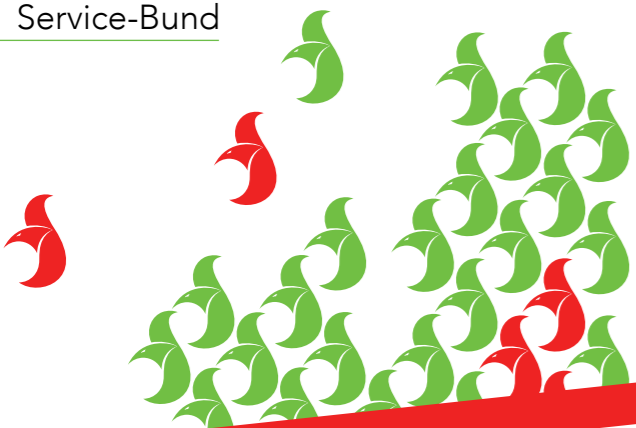
5.000

Mitarbeitende



Fachberatende
> 300

Auszubildende
220



ZUSAMMEN ERLEBEN. GEMEINSAM WACHSEN.

Neben dem breiten Produktsortiment bietet die Unternehmensgruppe vielfältige Veranstaltungen für ihre Kunden. So tauschen sich die Fachberatenden auf Fachmessen (dazu gehören die Leitmesse Internorga oder die überregionalen FOODSpecial-Messen), bei Verkostungen und Workshops mit den Kunden aus. Trend- und Inforeisen, wie der CampusOnTour, führen von der Mosel bis nach Norwegen zum Ursprung der Eigenmarkenprodukte und vermitteln die Wertschöpfung und -schätzung der Lebensmittel. Dabei bleibt immer Zeit für das Wesentliche: gutes Essen, stetige Weiterentwicklung und persönliche Begegnungen.

DIE SERVICE-BUND MARKEN

Die Werte und Stärken der Unternehmensgruppe spiegeln sich im umfangreichen Sortiment wider, das eine kulinarische Vielfalt präsentiert, die von Tradition bis Innovation reicht und eine Brücke zwischen Heimat und der großen Welt schlägt. Besonders stolz ist das Unternehmen auf seine Eigenmarken. Hierbei legt der Service-Bund größten Wert auf Qualität und Transparenz sowie auf eine zuverlässige Zusammenarbeit mit mittelständischen, persönlich bekannten Unternehmen.

Der Service-Bund bietet seinen Kunden eine beeindruckende Auswahl von bis zu 43.000 Artikeln, die von frischem Obst und Gemüse, Fleisch und Fisch über Konserven und Tiefkühlkost bis hin zu Reinigungsmitteln und nachhaltigen Einwegverpackungen reichen. Egal ob es um Gastronomie, Hotellerie oder Gemeinschaftsverpflegung geht – Service-Bund liefert maßgeschneiderte Angebote, die perfekt auf die individuellen Bedürfnisse jedes Betriebs zugeschnitten sind. Ein besonderes Augenmerk legt das Unternehmen auf seine Eigenmarken, die kontinuierlich überprüft und weiterentwickelt werden. Besonders wichtig ist dem Service-Bund dabei die vertrauensvolle und oft langjährige Partnerschaft mit den Produzenten, von denen viele Familienbetriebe sind. Diese sind, ähnlich wie die Service-Bund Unternehmer, tief in ihren Regionen verwurzelt und verfügen über generationsübergreifendes Fachwissen in ihrem Handwerk.



Servisa
Mit über 800 Produkten aus allen Warengruppen die perfekte Basis für die Profiküche, wenn es auf Preis, Profi-Qualität und Produktsicherheit ankommt.



ServisaPrime
Über alle Warenbereiche hinweg ist ServisaPrime immer dann die Premium-Lösung, wenn exzellente Produkte von außergewöhnlicher Qualität gefragt sind.



Rodeo Steak
Ob klassische Steakhouse-Küche oder kreative Abwandlungen, das Sortiment von Rodeo Steak bietet viel Raum für Ideen, die sich nicht nur auf den Teller beschränken. Die Besonderheit: Alle Produkte stammen aus Grasfütterung.



Salva D'Or
Die mediterrane Marke bringt Ihnen mit ausgewählten Mittelmeer-Spezialitäten, Rezepten und Küchentipps das mediterrane Flair direkt nach Hause, zum Teilen mit Ihren Gästen.



Mermaid Seafood
Permanent kontrollierte Qualität, persönlich bekannte Produzenten und ein hohes Maß an Transparenz kennzeichnen das Mermaid Seafood Angebot, zu dem u. a. Garnelen, Kammuscheln, Algen und Salmoniden zählen.



ExpertPartnership Sander
High-Convenience-Produkte aus der Frische-Manufaktur, Konzepte und ganzheitliche Lösungen für den gastronomischen Alltag vom Marktführer Sander.



direkt.frisch.
Küstenfrischer Fisch von der Fischplattform Bremerhaven direkt in Ihre Küche. Die Mindestbestellmenge liegt bei nur 5 kg, das Angebot reicht vom ganzen Fisch bis zum handgeschnittenen Filet und der Transport erfolgt in einer selbst kühlenden Box.



Complett
Non-Food-Artikel zu fairen Konditionen in zuverlässiger Qualität von der Alufolie bis hin zur umweltfreundlichen Speise-Verpackung. Complett Öko steht für Non-Food-Produkte mit ökologischem Mehrwert.



Sourcer
Ist ein umfassendes Heißgetränkekonzept. Bei der Rohstoffauswahl wird Wert auf Bio-Qualität, Transparenz und partnerschaftliche Zusammenarbeit in den Ursprungsländern gelegt.



Sonnenreife
Steht für feldfrisches Gemüse, Salate und sonnengereiftes Obst. Neben ganzjährigen Produkten bietet die Marke auch qualitativ hochwertige saisonale und regionale Produkte.



BurgerCraft
Dank Experten, Burger-Gurus, Konsumpsychologen und viel Leidenschaft ist mit BurgerCraft eine intuitive Marke für „better burger“ entstanden, die verschiedene Persönlichkeiten, Anlässe und Saisons berücksichtigt.



Gastrovinum
Unsere Sommeliers behalten für Sie den Überblick und stellen immer wieder neu ein umfassendes Sortiment an Wein, Sekt, Champagner und Spirituosen für jeden Bedarf zusammen.



MyKitchenManager
Eine klar strukturierte, benutzerfreundliche Oberfläche erleichtert die Bedienung. Und durch die automatisch bereitgestellten Daten für alle Einkaufsprodukte des Service-Bund ist auch die Datenpflege mühelos.



PROFIKÜCHEN VERÄNDERN SICH. DIE KRAFT EINER PARTNERSCHAFT NICHT.

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. Natürlich stehen darüber hinaus der Kunde und Werte wie Loyalität, Integrität und Vertrauen im Mittelpunkt des Handelns.



HIGHLIGHTS AUS DER SERVICE-BUND FIRMENGESCHICHTE

„Wir werden auch in der Zukunft gemeinsam daran arbeiten, dass der Service-Bund weiter 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.“

Ulfert Zöllner, Geschäftsführer,
Service-Bund GmbH & Co. KG

- 1973 Gründung des Service-Bund
- 1974 Erste Eigenmarken kommen auf den Markt (u. a. Servisa)
- 1982 Erste Ausgabe des Servisa Magazins
- 1983 Mitgliederzahl steigt auf 20
- 1985 Erste Warenbörse in Bad Sassendorf
- 1990 Einführung eines eigenen Warenwirtschaftssystems
- 1991 Gründung des europäischen Verbandes ECD
- 1993 Neubau der Service-Bund Zentrale in Lübeck
- 1996 Gründung von Service-Bund National
- 1999 Erste Service-Bund Messe FoodSpecial
- 2002 Ulfert Zöllner wird Geschäftsführer
- 2008 100. Ausgabe des Servisa Magazins
- 2010 Start des Service-Bund Webshops
- 2011 Start der Fleischmarke Rodeo Steak
- 2013 Start der Seafoodmarke Mermaid
- 2017 Service-Bund feiert das 44. Jubiläum
- 2017 Service-Bund knackt die Milliarde im Umsatz
- 2019 Gründung der ExpertPartnership Sander mit der Sander Gruppe
- 2023 Service-Bund feiert das 50. Jubiläum
- 2024 Service-Bund gehört zu den „Besten Arbeitgebern 2024“ (Auszeichnung das dritte Mal in Folge)
- 2025 Einführung der Digitallösung MyKitchenManager



„Das Miteinander auf Augenhöhe, die optimale Betreuung und die große regionale Produktvielfalt sprechen für sich.“

Fabian Sahn, Betriebsleiter, BIG oHG,
Kunde Nußbaumer

„Das flächendeckende nationale Netzwerk bietet uns eine hochinteressante Plattform der Präsenz in der deutschen Gastronomie.“

Markus Rüsich, Geschäftsführer Altonaer
Kaviar Importhaus, Hamburg

„Was unsere Zusammenarbeit besonders macht, ist der persönliche Umgang, der stets von gegenseitigem Respekt und Vertrauen geprägt ist.“

Markus Slebioda, Küchenchef, Freischütz/
Schwerte, Kunde Hambrock

„Service-Bund: Ein Geschäftspartner, mit dem das Arbeiten Spaß macht. Kompetent, zuverlässig und super sympathisch.“

Küchencrew, Maier Catering GmbH, Stockach,
Kunde Früchte Jork

DER „BUND“ ALS GROSSE STÄRKE

Wir agieren in einem sich schnell ändernden Markt, in dem unsere Gastronomen unter Personalknappheit leiden, unter steigenden Kosten sowie unter weiteren teils globalen Einflüssen. Der Service-Bund trägt seine Verpflichtung gegenüber seinen Kunden im Namen. Der Kunde steht im Mittelpunkt. Ihm zu dienen („Service“), 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 innerhalb als auch in den Beziehungen zu verbundenen Unternehmen („Bund“).

Hinter dem Wort „Bund“ steckt wesentlich mehr als ein Vertrag, dem sich alle 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 Mitarbeiter sind in der Lage, die steigenden handwerklichen Anforderungen an eine moderne Profi-Küche zu erfüllen. Durch strategische Partnerschaften des Service-Bund profitieren alle: Mitgliedsunternehmen, Mitarbeitende und Kunden. Mit Partnern werden neue Wege gesucht, um gemeinsam Innovationen voranzutreiben. Dabei spielen persönliche Beziehungen, langjährige Erfahrungen, ein ausgewähltes und breites Sortiment sowie maßgeschneiderte digitale Angebote eine große Rolle – damit der Service-Bund und seine Kunden für die Zukunft gerüstet sind.