vinetur

REWE-FÜR SIE GVG junta dois parceiros e eleva aliança de bebidas a 36 empresas

A expansão de janeiro de 2027 alargará a base de negociação com fornecedores do grupo a 1 777 lojas especializadas em bebidas na Alemanha

sexta-feira, 6 de novembro de 2026



A REWE-FÜR SIE GVG anunciou na sexta-feira, 6 de novembro, que tinha assinado acordos com mais duas empresas para integrarem a sua aliança de compras e marketing de bebidas a partir de 1 de janeiro de 2027. Com a entrada destas empresas, o grupo passará a contar com 36 parceiros e alargará a sua base de negociação a 1 777 lojas especializadas em bebidas na Alemanha.

A empresa indicou que os novos parceiros são a Getränke Göbel, de Neu-Ulm, e a Bierverlag Kessler, de Losheim. A sua entrada surge na sequência do anúncio, em setembro, de que a Bierverlag Kessler, de Trier, a Getränkeverlag Max Rössler, de Berlim, e a Getränke Gröschke, de Beeskow, também começariam a trabalhar com o grupo a partir de 1 de janeiro.

Segundo a REWE-FÜR SIE GVG, a Getränke Göbel acrescenta 50 pontos de venda à aliança, incluindo 27 lojas especializadas em bebidas e 23 postos de abastecimento. A empresa afirmou que esta combinação de estabelecimentos alarga a presença da rede e acrescenta um parceiro com uma estrutura de vendas mais diversificada do que a das lojas tradicionais de bebidas.

A Bierverlag Kessler, de Losheim, que a empresa descreveu como a empresa-irmã da operação de Trier já anunciada em setembro, acrescentará mais oito lojas especializadas em bebidas no Sarre.

A REWE-FÜR SIE GVG, uma empresa de marketing e compras de bebidas, afirmou que a entrada dos dois novos parceiros elevará para 36 o número de empresas da sua rede a partir de 1 de janeiro. Indicou também que chegará a 1 777 o número de lojas especializadas em bebidas cujos volumes de vendas foram mandatados ao grupo para as negociações com fornecedores.

Niklas Müller, diretor-geral da REWE-FÜR SIE GVG, afirmou num comunicado que a empresa tinha conseguido atrair mais dois parceiros pouco depois de anunciar as três novas adesões em setembro, o que, segundo ele, demonstra que o modelo de marketing da aliança está a conquistar apoio no mercado.

Acrescentou que a Getränke Göbel e a Bierverlag Kessler Losheim reforçarão o grupo com estruturas de pontos de venda distintas. Afirmou ainda que o objetivo da empresa continua a ser expandir a posição da aliança no mercado, abrir novas oportunidades de marketing e assegurar aos parceiros as melhores condições possíveis e vantagens competitivas duradouras, através da agregação dos seus volumes de vendas.

O anúncio aponta para uma consolidação contínua em alguns segmentos do retalho e do comércio grossista de bebidas na Alemanha, sobretudo entre cadeias especializadas e distribuidores que dependem do poder de compra coletivo. Ao concentrar um maior volume de vendas das lojas numa única estrutura de negociação, a aliança poderá aumentar a sua capacidade negocial junto de cervejeiras, adegas, produtores de bebidas espirituosas e outros fornecedores. Esta evolução poderá ter impacto em todo o setor das bebidas, uma vez que os grupos de compra mais fortes podem influenciar as negociações de preços, o apoio promocional e a colocação de produtos numa vasta rede de lojas.

A estrutura dos novos parceiros mostra também que a rede não se limita a um único tipo de estabelecimento retalhista. Os 23 postos de abastecimento da Getränke Göbel indicam que a REWE-FÜR SIE GVG está também a integrar parceiros com uma presença mais ampla no comércio de conveniência e em áreas de serviço, e não apenas lojas de bebidas autónomas. Isso poderá dar ao grupo um perfil de vendas mais abrangente nas negociações com produtores e proprietários de marcas.

Ao mesmo tempo, a entrada da Bierverlag Kessler, de Losheim, alarga a presença do grupo no Sarre, enquanto o parceiro de Trier, anunciado anteriormente, acrescenta outra base no oeste da Alemanha. Juntamente com as adesões anteriores em Berlim e Beeskow, o mais recente crescimento estende a aliança a várias regiões e sublinha uma estratégia de expansão à escala nacional através de operadores com raízes locais.

A empresa não divulgou as condições financeiras das novas parcerias nem apresentou estimativas dos volumes de compras. Também não indicou se prevê novas adesões antes de 1 de janeiro. Ainda assim, os números divulgados na sexta-feira, 6 de novembro, mostram que o crescimento da rede de parceiros é uma componente central da estratégia da aliança para 2027.

Para os produtores e fornecedores de bebidas, o aumento para 1 777 lojas abrangidas por uma única estrutura de negociação poderá significar que uma parcela maior da procura do retalho especializado passa a ser representada por uma só organização. Segundo a empresa, o modelo foi concebido para melhorar as condições de compra dos parceiros retalhistas e reforçar a sua posição num mercado competitivo.