

# JAHRESBERICHT 2025

DEIN Lebensmittelpunkt.  
Begegnung. Verantwortung.  
Mehr als ein Nahversorger.



DEIN **LEBENSMITTELPUNKT**

[cap-markt.de](https://cap-markt.de)



CAP Markt Waldbrunn



# INHALT

- 04 Arbeit mit Mehrwert: Inklusion im Alltag.
- 05 CAP in Zahlen 2025
- 06 Lebensmittelpunkt vor Ort
- 07 Danke, dass ihr Teil von CAP seid
- 08 CAP für Familien - das kleine CAPitel
- 09 Ein Jahr „DEIN LEBENSMITTELPUNKT“
- 10-11 Organisation & Träger & Ausblick 2026

# VORWORT



CAP ist mehr als Einkauf.  
CAP ist DEIN Lebensmittelpunkt

**Sehr geehrte Kooperationspartnerinnen  
und Kooperationspartner,**

**sehr geehrte Unterstützerinnen  
und Unterstützer,**



2025 war ein Jahr der Beschleunigung - in der Gesellschaft sowie im Alltag vieler Menschen. In diesen Zeiten steht CAP für Verlässlichkeit - in zukunftsgerichteter Ausrichtung.

Mit der Einführung unseres neuen Markenauftritts „DEIN LEBENSMITTELPUNKT“ wurde 2025 klar formuliert, was unser Unternehmen seit über 25 Jahren ausmacht.

Ein Ort, an dem soziale Verantwortung, persönlicher Service und ein hochwertiges, regional ausgerichtetes Sortiment zusammenkommen.

Unser Dank gilt daher allen Mitarbeitenden, Partnern, Trägern, Kommunen und vor allem unseren Kundinnen und Kunden für die Treue zu Ihrem CAP-Markt.

In 2026 soll der Einkauf bei CAP weiter über die reine Nahversorgung hinaus gehen. Einen Beitrag zu Vielfalt, Teilhabe und regionaler Stabilität leisten - ob im SOMO Bikeshop, in unseren hybriden Supermärkten oder für eine Gaumenfreude bei CAPpuccino.

Orte der Gemeinschaft.  
Für Menschen, die bleiben.

Ihre gdw süd

Thomas Heckmann

Unsere Partner und Unterstützer:





# ARBEIT MIT MEHRWERT

Inklusion im Alltag. Leise Veränderung.  
Langfristige Entwicklung. Gelebter Fortschritt.  
Mehr Teilhabe. Seit über 25 Jahren.



Von einem kleinen Markt mit sechs Mitarbeitenden zu einem deutschlandweiten Social-Franchise ist CAP gewachsen - zugleich unsere Verantwortung. Allgemeine Teilhabe ist eine tragende Säule des Unternehmens. Denn: Inklusion bei CAP ist mehr als ein Projekt. Sie gehört zu unserem gelebten Alltag. Menschen mit Behinderung arbeiten hier mitten im Geschehen. Sie stehen im Kundenkontakt. Sie beraten. Sie organisieren Waren. Sie übernehmen Verantwortung. Begleitet durch strukturierte Einarbeitung, individuelle Förderung und klare Abläufe entstehen Arbeitsplätze, die Stabilität geben.

- **Perspektive schenken. Systematisch wirken.**
- **Im Kundenkontakt wächst das Selbstbewusstsein**
- **Unsere Teams werden stärker.**
- **Viele Vorbehalte verschwinden.**
- **Begegnungen werden selbstverständlich.**
- **Die Bevölkerung ist begeistert.**

Innovative Formate wie die „Stille Stunde“ stehen exemplarisch für diesen Anspruch. So wird der Einkauf im CAP-Markt für alle zugänglich - mit reduzierten Reizen und klaren Strukturen. Ebenso sorgen begleitete Qualifizierungsmodelle und strukturierte Arbeitsprozesse für die berufliche Sicherheit und Entwicklung der im Markt tätigen Menschen. CAP beweist: Wirtschaftlichkeit und soziale Verantwortung schließen sich nicht aus.



*Sie stärken sich  
gegenseitig.*

# ZAHLEN. DATEN. FAKTEN.

Was als Idee begann,  
ist heute ein deutschland-  
weites Konzept - mit mehr  
als 1.500 Mitarbeitenden in  
über 100 Märkten.

## CONSUMER- PROJEKTE

CAP-Markt	104 Märkte
CAP-Getränkeland	1 Markt
CAP-Mobil	1 Fahrzeug
CAPpuccino	20 Backshops
iD - Ihr Drogeriemarkt	5 Märkte
NimmEssMit	2 Snackbars
SOMO Bikeshops	3 Standorte






## BESCHÄFTIGUNG

Anzahl Mitarbeitende gesamt	1.868
Mitarbeitende mit Behinderung	958
Mitarbeitende ohne Behinderung	910

## BETREIBERFORM

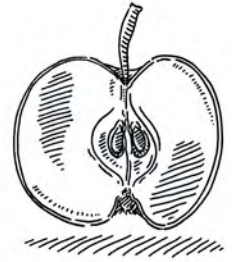
Werkstätten für behinderte Menschen	28 Projekte
Inklusionsfirmen	106 Projekte

*CAP ist auch digital  
stark unterwegs*

-  cap\_maerkte
-  cap\_markt
-  CAP der Lebensmittelpunkt
-  cap\_markt
-  CAP Lebensmittelmärkte



# NAHVERSORGUNG FÜR DIE GEMEINSCHAFT



In vielen Orten ist CAP mehr als ein Supermarkt. Hier werden Neuigkeiten ausgetauscht.

Hier hilft man beim Tragen. Hier wird gefragt: „Wie geht es Ihnen heute?“ Gerade dort, wo andere Strukturen sich zurückziehen, eröffnet CAP neue Filialen - in ländlichen Regionen und Quartieren mit besonderem Bedarf. Wir schließen Versorgungslücken und schaffen neuen Raum, wo Menschen zusammenfinden - gemeinsam einkaufen, sich wohlfühlen.

Im Jahr 2025 wurde zusätzlich die Kundenbindung durch neue Services gestärkt: Mit Services wie PAYBACK wird der Besuch attraktiver. Die saisonalen Magazine machen Ernährung und Nachhaltigkeit greifbar. Das regionale Sortiment beziehen wir von den Landwirten vor Ort. Der Mehrwert entsteht zugleich im Zwischenmenschlichen. CAP ist ein Raum für Begegnung. Ein Ort, der bleibt, wenn vieles sich verändert.



*CAP Markt  
Waldbrunn*



*CAP stärkt:  
Regionen. Kreisläufe. Gemeinschaft.*





Regional.  
Menschlich.  
Gut.



DEIN SUPERMARKT

**CAP**

Partner der EDEKA

DEIN **LEBENSMITTELPUNKT**

# Danke!

**Gemeinschaft. Vertrauen.  
Regionalität.**

Jeder Einkauf bei CAP ist eine Entscheidung. Für Nähe. Für Menschlichkeit. Für Verantwortung.

Diese Entscheidung macht den Unterschied - jeden Tag. So haben wir im Jahr 2025 nicht nur gesprochen. Wir haben laut Danke gesagt: Jedem Menschen, der mit seinem Einkauf oder Einsatz die Vielfalt in unseren Märkten fördert. Die Kampagne war bundesweit auf A1- und A4-Plakaten im Marktalltag präsent und hat bewusst Menschen in den Mittelpunkt gestellt - Kund:innen wie Mitarbeitende.

- **Gewachsenes Vertrauen. Gegenseitige Wertschätzung.**
- **Langjährige Kundschaft (25 Jahre Treue)**
- **Wachsende Markenbekanntheit**
- **Starke kommunale Unterstützung**





# KINDER. BILDUNG. CAP FÜR FAMILIEN.

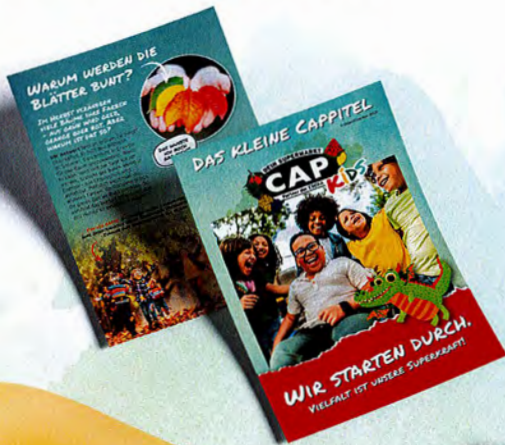
Ein Kind steht staunend vor dem Regal und fragt:  
„Warum wird die Banane krumm?“ Mit CAPPI wird  
aus dieser Frage ein Abenteuer.

Das kleine CAPPItel erklärt kleinen Menschen die großen Fragen ihres Lebens, aufbereitet mit einem Flügelschlag Bildungsauftrag - spielerisch, informativ und nachhaltig. Das schafft Bewusstsein für gesunde Ernährung - heute und morgen.

Kinder lernen, wo Lebensmittel herkommen. Sie entdecken Vielfalt im Regal. Sie backen Muffins mit Äpfeln

und Zimt. Sie verbinden Gemüsepaare im Memory-Spiel. So entsteht Bindung - nicht durch Werbung, sondern durch frühzeitiges Erleben mit gewissenhafter Familienansprache. CAP investiert in Bewusstsein. Denn wer früh versteht, entscheidet später selbstbestimmt.

*CAPPI verbindet:  
Wissen. Spaß. Markenbindung.*



DAS WUSSTE  
ICH NOCH  
GAR NICHT!



## Seit einem Jahr läuft unsere Kampagne „DEIN **LEBENSMITTELPUNKT**“

Ein Jahr voller Nähe in den CAP-Märkten

Im Jahr 2025 wurde sichtbar, was CAP ist. Mehr als ein Supermarkt - vielmehr beliebter Treffpunkt für ein spontanes Einkaufserlebnis mitten im Ort. DEIN Lebensmittelpunkt. Der neue Claim prägt Plakate, Handzettel, Tragetaschen, Mehrwegboxen. Er war im Markt. Im Magazin. Online. Im Gespräch. Ein Claim mit Fokus auf Nahversorgung - in natürlichen Worten und mit holistischem Blick auf den Markenkern.

### **CAP IST...**

- ...Ort der Begegnung.
- ...Raum für Teilhabe.
- ...verlässlicher Nahversorger.

## **KOMMUNIKATION BEI CAP**

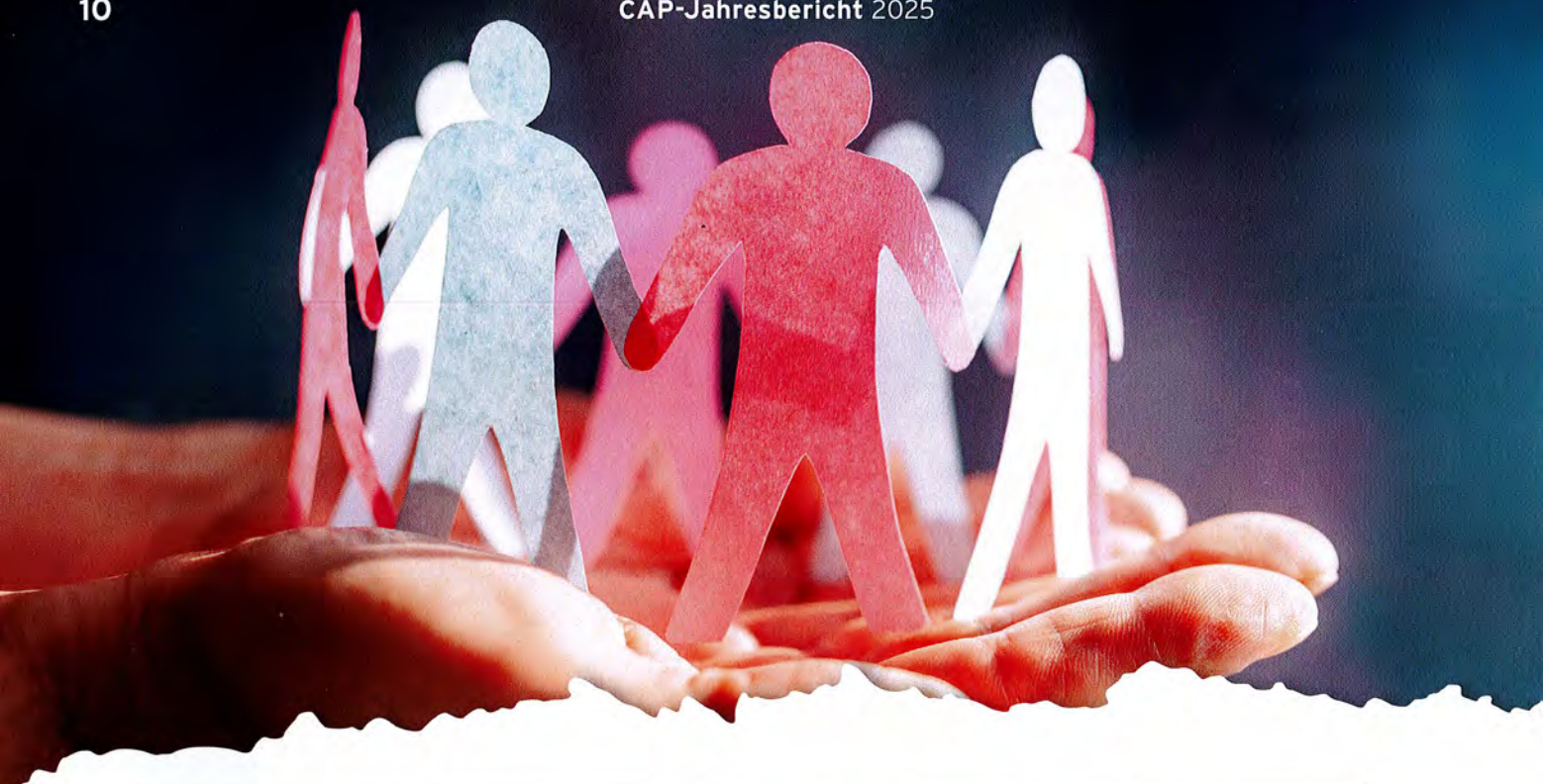
Mehrwert sichtbar machen.



Eine Marke wird glaubwürdig, wenn sie gelebt wird. Mit „DEIN **LEBENSMITTELPUNKT**“ hat sich CAP klar positioniert und den neuen Claim flächendeckend implementiert. Das Ergebnis ist ein einheitliches Markenbild für die wachsende Unternehmensstruktur. In der Realität sichern wir unser Qualitäts- und Leistungsversprechen mit fünf einzigartigen Merkmalen im Markt.

1. Gute Ortslage
2. Barrierefreier Zugang
3. Begleiteter Einkauf
4. Hochwertiges Sortiment
5. Soziale Verantwortung





# DIE ROLLE DER GDW SÜD EG

Struktur. Verantwortung. Zuverlässigkeit.

Die GDW Süd eG ist das organisatorische Rückgrat von CAP - zugleich unsere strategische Leitstelle. Als Social-Franchisesystem verantwortet sie Markenführung, Qualitätsstandards, Systementwicklung und wirtschaftliche Rahmenbedingungen. Sie prüft neue Standorte, begleitet Marktgründungen, entwickelt Prozesse weiter und sichert einheitliche Strukturen in einem deutschlandweiten Netzwerk.

Struktur bedeutet hier mehr als Organisation. Es geht um: Verantwortung - für gezielte Inklusion und wirtschaftliche Tragfähigkeit im Einklang. Verantwortung dafür, dass unser strategisches Geschäftsfeld und der soziale Auftrag im Gleichgewicht bleiben. Die GDW Süd eG sorgt damit für ein belastbares Fundament - damit jeder einzelne Markt vor Ort wirksam arbeiten kann.

**Partnerschaft. Stabilität. Zukunftsfähigkeit.**

Hinter jedem CAP-Markt steht ein starkes Netzwerk. Die GDW Süd eG arbeitet eng mit Trägern, Kommunen

und Förderern zusammen - partnerschaftlich, transparent und auf Augenhöhe. Gemeinsam werden regionale Bedarfe analysiert, Förderstrukturen genutzt und langfristige Perspektiven entwickelt. Kommunen gewinnen einen verlässlichen Nahversorger. Träger erhalten ein wirtschaftlich geprüftes, strukturiertes Modell. Förderer investieren in messbare soziale Wirkung.

Die Verbindung aus genossenschaftlichem Denken und professionellem Systemrahmen schafft Stabilität - gerade in Zeiten wirtschaftlicher Unsicherheit. Gleichzeitig ermöglicht sie Weiterentwicklung: neue Märkte, moderne Arbeitskonzepte, digitale Kommunikation, nachhaltige Marktstrukturen. So bleibt CAP ein lernendes Konzept, ein lebendiges System, ein konsistentes Modell mit Anpassungsfähigkeit - zu jedem Zeitpunkt ziel- und zukunftssicher.

**Social-Franchise mit Substanz:**

- ✓ Wirtschaftlich funktionieren.
- ✓ Gesellschaftlich wirken.

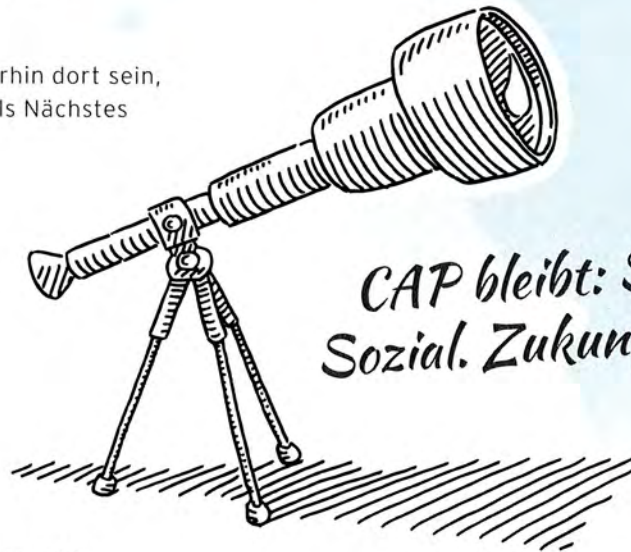


# AUSBLICK 2026. WARUM CAP GEBRAUCHT WIRD

Demografischer Wandel. Versorgungslücken.  
Fachkräftemangel. Nachhaltiger Konsum.

Die Herausforderungen bleiben und CAP wird weiterhin dort sein, wo Nähe gebraucht wird. Die Frage ist nur, wo wir als Nächstes wirken können?

- Neue Standorte prüfen
- Inklusionsarbeitsplätze ausbauen
- Regionale Lieferketten stärken
- Digitale Kommunikation weiterentwickeln
- Markenidentität nachhaltig leben



*CAP bleibt: Stabil.  
Sozial. Zukunftsfähig.*

## Weitere Franchise-Systeme der GDW Süd



### SOMO Bikeshop

Soziale Mobilität bedeutet: Verkauf, Service und Verleih von Fahrrädern und E-Bikes im wachsenden Trend zu nachhaltigen Fortbewegungsmitteln. Das zukunftsfähige Geschäftsmodell im ausgezeichneten Preis-Leistungs-Verhältnis findet sich aktuell an vier SOMO Standorten.

- Wachsender Markt mit Zukunft
- Klare Positionierung im Mobilitätswandel
- Nachhaltiges, modernes Fachhandelskonzept

[www.somo2rad.de](http://www.somo2rad.de)



### CAPpuccino

Ein Ort für Gespräche und Begegnung - als zusätzlicher Shop im CAP-Markt oder eigenständiger Standort. Backwaren, Kaffeespezialitäten, Imbiss-Snacks und Mittagstisch gibt es bundesweit 20 CAPpuccino-Backshops.

- Geringere Einstiegshürden
- Hohe Kundenfrequenz
- Attraktive Zusatzumsätze
- Emotionales Konzept mit sozialem Mehrwert

[www.cap-markt.de/cappuccino](http://www.cap-markt.de/cappuccino)



**DEIN LEBENSMITTELPUNKT**

**GDW Süd eG**  
Gemeinsam. Dauerhaft. Wirtschaftlich.  
Breitwiesenstraße 7, 70565 Stuttgart  
Fon: 0711 490467-10, info@gdw-sued.de  
gdw-sued.de

[cap-markt.de](http://cap-markt.de)