**Re-Branding: Pottsalat und MaKE heißen jetzt Green Club**

Nach Medienaufruhr um Ex-Investor und Unternehmensfusion zum Marktführer benennt der Essener Lieferdienst mit elf Standorten in Deutschland seine Marken in „Green Club“ um

+++ Aus „Pottsalat“ und “MaKE” wird „Green Club“

+++ Neuer Markenname für deutschlandweiten Wiedererkennungswert

+++ Erfolgreiche Fusion: Lieferdienst rechnet mit 12 Mio. Euro Außenumsatz

+++ Positive Deckungsbeiträge an allen Standorten: Green Club plant mit Break-Even in 2024

+++ Neue Standorte in Mannheim und Stuttgart

Nach dem Medienskandal um seinen ehemaligen Investor Hans-Christian Limmer und der Fusion mit dem Mitbewerber „MaKE“ zum Marktführer verpasst sich das Unternehmen Pottsalat einen neuen Markenauftritt. Der auf gesunde Bowls, Salate und Ramen spezialisierte Lieferdienst aus Essen mit elf Standorten in ganz Deutschland tritt künftig mit dem Namen „Green Club“ am Markt auf. Mit dem neuen Markennamen baut der Lieferdienst auch seine elf Standorte in den kommenden Wochen visuell um und vereint die bisherigen Pottsalat- und MaKE-Filialen unter einer neuen gemeinsamen Marke.

Mit der neuen Marke stellt sich der Lieferdienst auch strategisch für die weitere Expansion auf. Denn mittelfristig will das Unternehmen mit rund 50 Green-Club-Standorten in ganz Deutschland vertreten sein. „Für unsere Wachstumsstrategie ist es sehr wichtig, dass alle unsere Kunden sofort erkennen, wofür wir stehen, nicht nur unsere Kunden im Ruhrgebiet“, erläutert Geschäftsführer Ben Küstner den neuen Markennamen. „Die Marke Green Club zeigt, dass wir einfach und schnell frische, gesunde und nachhaltige Produkte liefern, und funktioniert deutschlandweit“, ergänzt Mitgeschäftsführer Tobias Drabiniok.

Auch der Name der Unternehmensgesellschaft Pottsalat GmbH soll künftig dem Markennamen angepasst werden. „Unsere Priorität liegt derzeit allerdings auf der Green-Club-Eröffnung in Mannheim im Juni sowie auf der Umgestaltung unserer elf bestehenden Standorte“, sagt Tobias Drabiniok. Darüber hinaus sollen noch in diesem Jahr Filialen in Stuttgart und in zwei weiteren Städten folgen.

Pottsalat wurde im Jahr 2016 in einer ehemaligen Pommesbude in Essen gegründet. Seitdem ist das Unternehmen stark expandiert und liefert seit der Fusion mit dem Mitbewerber „MaKE“ in insgesamt 25 Städte von elf Standorten aus: Essen, Dortmund, Bochum, Duisburg, Münster, Köln, Bonn, Mainz, Frankfurt am Main sowie zwei in Düsseldorf.

**Mit 12 Millionen Euro Außenumsatz zur operativen Profitabilität**

Mit dem Rebranding schließt Pottsalat seine Unternehmensfusion vom Jahresbeginn auch visuell ab und sieht sich trotz der aktuell schwierigen wirtschaftlichen Gesamtlage in Deutschland auf Erfolgskurs. ”Die Profitabilität von Lieferdiensten wird häufig infrage gestellt. Im Gegensatz zu vielen während der Corona-Krise gehypten Lebensmittel-Lieferdiensten erwirtschaften wir an allen Standorten positive Deckungsbeiträge mit unseren Bestellungen”, führt Ben Küstner aus.

 „Wir haben die operative Integration aller Betriebe und Prozesse von MaKE und Pottsalat abgeschlossen, und aufgrund der betriebswirtschaftlichen Daten rechnen wir damit, dass wir im laufenden Kalendarjahr mehr als zwölf Millionen Euro Außenumsatz fahren können“, sagt Tobias Drabiniok. „Unternehmerisch bedeutet diese Zahl für uns, dass wir ab diesem Punkt trotz Ukraine-Krieg, Inflation und Rezession operativ profitabel sind“, so Drabiniok weiter.

**Profitabel der Marktlage zum Trotz**

Für das Geschäftsmodell des Lieferdienstes sind insbesondere vier Entwicklungen mit Wechselwirkungen untereinander relevant. Das sind zum einen die allgemeine Ausgabebereitschaft der Konsumenten und deren Bereitschaft, sich Essen zum direkten Verzehr zu bestellen. Darüber hinaus beeinflusst auch der Shift von Offline zu mehr Online im Food-Delivery-Markt den Umsatz des Lieferdienstes sowie der Wille der Menschen, sich gesünder und nachhaltiger zu ernähren.

„Dass sich Konsumenten momentan insbesondere bei Essensbestellungen etwas zurückhalten, spüren wir natürlich, und das spiegelt sich auch im derzeit historisch niedrigen Konsumklimaindex wider“, sagt Tobias Drabiniok. „Wir können trotz der Marktlage profitabel wirtschaften, das beweisen wir bereits heute an vielen Standorten“, so Drabiniok weiter. Wenn sich die wirtschaftliche Lage in Deutschland erholt und sich damit das Konsumklima verbessert, wirke dies wie ein Katalysator für Umsatz und Gewinn an allen Standorten, zeigt sich der Lieferdienst überzeugt.

**100 Millionen Euro Umsatzpotential mit 50 Green-Club-Standorten**

Insgesamt sieht das Unternehmen das Potential für rund 50 Green-Club-Standorte in der ganzen Bundesrepublik. Die Expansion will der Lieferdienst vor allem auch mit Franchise-Partnern realisieren.

Derzeit betreibt der Lieferdienst neun der insgesamt elf Stores in Eigenregie. Die Standorte in Frankfurt am Main und Mainz werden von Franchise-Partnern betrieben. Der dritte Franchise-Betrieb eröffnet im Juni in Mannheim. „Unser Laden in der Quadrate-Stadt ist zudem der erste offizielle Green-Club-Standort in ganz Deutschland“, sagt Ben Küstner. Im Jahr 2024 sollen darüber hinaus neue Standorte folgen, unter anderem in Stuttgart. Der Mietvertrag für den Store in Stuttgart sind bereits unterzeichnet, in weiteren Städten sucht das Unternehmen derzeit noch intensiv nach geeigneten Flächen.

927 Wörter, 4.800 Zeichen

**Presseinfos, Fotomaterial & Bildbeschriftungen:**

<https://drive.google.com/drive/folders/1BAK4dEi6kCyJ3ytv1RO914W7qNqps3L8?usp=sharing>

**Pressekontakt Pottsalat:**Wolfgang Gottbrath, presse@pottsalat.de, Mobil: 0176-21637799

**Über Green Club by Pottsalat GmbH:**

Die Pottsalat GmbH ist ein auf vollwertige Salate und Bowls spezialisierte Lieferservice mit Hauptsitz in Essen, gegründet im Oktober 2016. Ziel des Unternehmens ist es, deutschlandweit individuell zubereitete gesunde Gerichte in ökologischer Verpackung anzubieten und diese in hoher Qualität klimaschonend zu liefern. Gegründet von Alexandra Künne, Pia Gerigk und Ben Küstner, expandiert das Unternehmen schnell und eröffnet in 2019 eine Filiale in Dortmund. Es folgen Standorte in Düsseldorf, Mainz, Köln, Duisburg, Bochum, Münster und Frankfurt am Main. Die Firma hat namhafte Investoren, darunter Gründer und Investoren von „BackWerk“ und „Hans im Glück“. Pottsalat wirtschaftet seit 2022 klimapositiv und ist der erste deutsche Lieferservice mit einem Klimaschutzbericht. In 2024 geben die Pottsalat GmbH und die MaKE Food GmbH die Fusion beider Unternehmen bekannt, wodurch die Betriebe sowie die Marke von MaKE übernommen werden und die MaKE Food GmbH Gesellschafterin der Pottsalat GmbH wird. Ben Küstner und Tobias Drabiniok leiten nun die Pottsalat GmbH, die mit den zusätzlichen MaKE-Standorten in Bonn, Köln und Düsseldorf insgesamt elf Standorte in Deutschland betreibt (Stand April 2024). Im Mai desselben Jahres gibt das Unternehmen die Umbenennung seiner Marken von Pottsalat und MaKE in Green Club bekannt.