

Nahversorgung als Erfolgsmodell

Das Ochsenhauser Familienunternehmen Utz feiert 100-jähriges Bestehen

Von Michael Hänssle

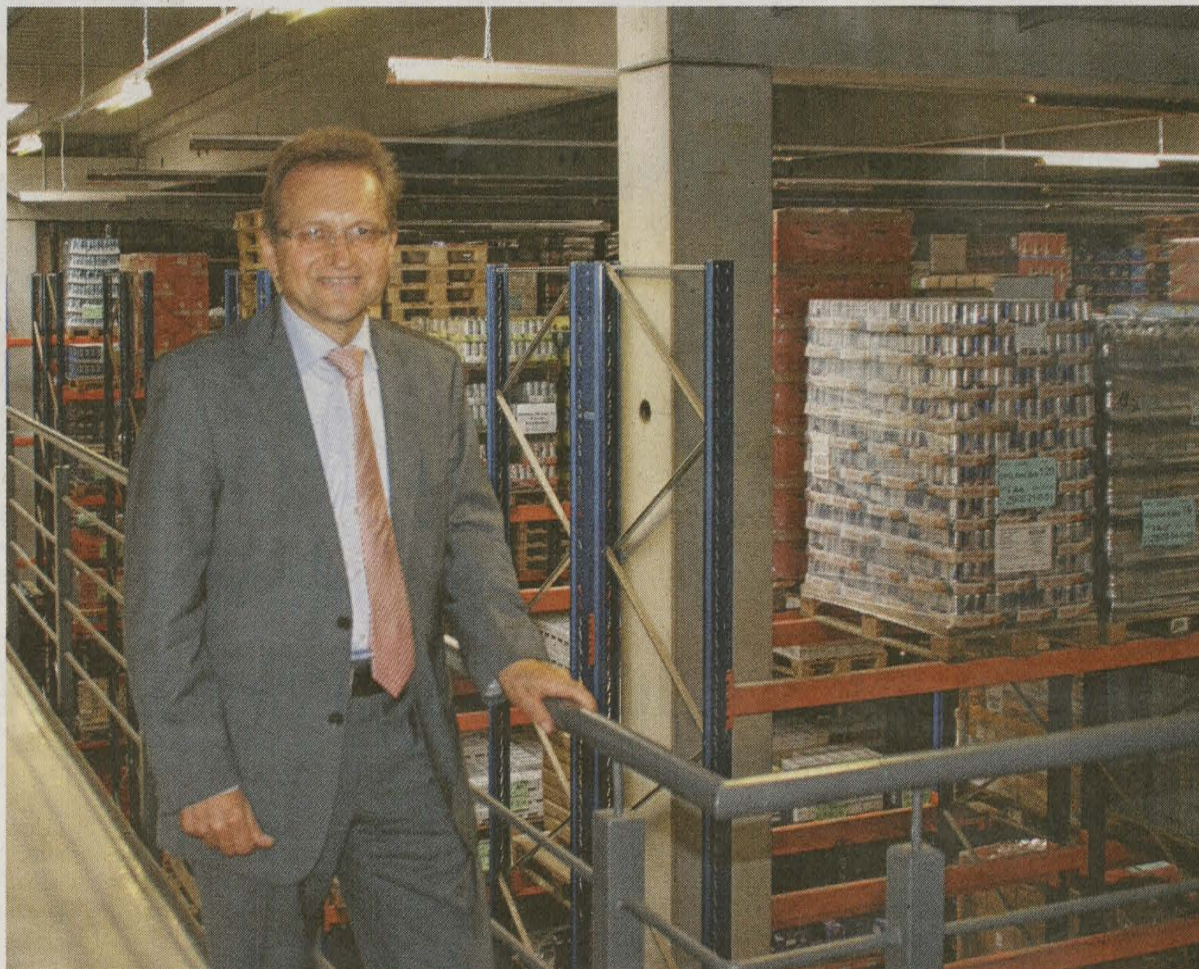
OCHSENHAUSEN - Vor genau 100 Jahr startet Martin Utz die Erfolgsgeschichte mit einem kleinen Kolonialwaren- und Tabakgeschäft in der Ochsenhauser Schloßstraße. Fünf Jahre später tritt er in den Großhandelszweig ein. Heute ist das Familienunternehmen „Lebensmittel Utz“ in dritter Generation das führende privatwirtschaftliche Großhandelsunternehmen in Süddeutschland mit 100 Mitarbeitern, beliefert Nahversorger und Dorfläden sowie im sogenannten Convenience-Bereich Tankstellen und Kioske.

Nach dem plötzlichen Tod seines Vaters Karl Utz, der mit der Großhandelsfirma 1963 an den Ochsenhauser Stadtrand, in die Jägerstraße umgesiedelt war, trat Rainer Utz, der 1977 gerade am Biberacher Wieland-Gymnasium das Abitur baute, ins Familienunternehmen ein. Ein Studienwunsch hatte Rainer Utz nicht und ließ sich, ohne lange Vorbereitung, in die Pflicht nehmen. Zuerst begann er eine Lehre als Außenhandelskaufmann und übernahm nach 15-monatigem Wehrdienst („Damals gab es noch keine Befreiung aus besonderen familiären Umständen.“) im Jahr 1982 die Geschäftsleitung des Lebensmittel-Großhandels. Wo vor 100 Jahren der erste Kolonialwarenladen eröffnet wurde, arbeiten heute 100 Mitarbeiter in einem modernen Logistikzentrum, mit einem direkten Liefergebiet, sternförmig von Ochsenhausen ausgehend, zum Schwarzwald, nach Stuttgart bis zur Ostalb und übers Allgäu bis nach München und Garmisch-Partenkirchen.

Das Erfolgskonzept umschreibt Rainer Utz kurz und bündig so: „Wir betrachten uns nicht nur als reinen Lieferanten, sondern auch als serviceorientierten und beratenden Dienstleister. Dafür sind wir mit unseren Außendienstmitarbeitern täglich nah am Kunden. Und diesen Beratungsansatz wollen wir künftig noch ausbauen.“

Der Heimat verbunden

Den Strukturwandel mit den Discounter haben man rechtzeitig erkannt und reagiert, ihm eigene regionale Nahversorgungskonzepte entgegengestellt. Das Unternehmen entwickelte etwa ganzheitliche Vertriebskonzepte wie „Um's Eck“ oder „Dorfladen“, organisiert etwa auf genossenschaftlicher Basis oder als Untergesellschaft. Die Kunden werden nicht nur klassisch beliefert, sondern die Betreiber erhalten eine Standortanalyse, die neben wirtschaftlichen Fakten auch regio-



Rainer Utz im Hochregallager seines Ochsenhauser Unternehmens „Lebensmittel Utz“, das rund 6500 Produkte vorhält.

SZ-FOTO: MICHAEL HÄNSSLE

nale Vorlieben auflistet. So kann auf Wunsch die klassische Ladenausstattung ergänzt werden durch Backshop, Medien- und Fotoservice, eine Postagentur, ein Kopier-Shop, eine Bistro-Ecke oder ein Zustellservice. „Die Utz-Außendienstmitarbeiter unterstützen die Betreiber auch bei der Auswahl neuer, saisonaler oder regionaler Produkte“, fügt Rainer



Utz an. Ergänzend zu den Nahversorger-Geschäften selbstständiger Einzelhändler im Franchise-Prinzip wurde vor gut zehn Jahren das „Dorfladen“-Prinzip entwickelt. Die Problematik ist bekannt: Fortzug von Bürgern in die Ballungsräume,

sinkende Einwohnerzahlen und es verbleiben vornehmlich ältere Bürger im Ort. In diesen Regionen ist es deshalb schwer, private Unternehmer zu finden, die hier einen Markt eröffnen.

Vor allem besagte demographische Veränderungen lassen den Anteil der älteren Bevölkerungsgruppe und damit die Zahl der immobilen Menschen ansteigen. Oft sind es dann Bürgerinitiativen oder Gemeinden, welche handeln wollen und auf das Dorfladen-Konzept setzen, auf unterschiedlich großen Verkaufsflächen. Mittlerweile betreut und berät die Firma Utz mehr als 70 solcher Dorfläden, das Gros im Freistaat.

Schnell auf Trends reagieren

Ein weiteres Standbein ist die Teilhabe am deutschlandweiten Netzwerk MCS (Marketing und Convenience Shop System). 1997 gestartet ist die Firma Utz von Anfang an dabei als regionaler Partner für die Belieferung von Systemkunden in Baden-Württemberg und Bayern.

„Im Jahr 2005 haben wir mit unserem neuen Logistikzentrum im Ochsenhauser Gewerbezentrum Längenmoos den Grundstein für das

weitere Wachstum gelegt“, erklärt Rainer Utz.

Unterwegsverzehr im Blick

In ganz Deutschland werden über das Netzwerk MCS rund 14 000 Kunden – darunter vorwiegend Tankstellen-Shops und Lebensmittelnahversorger – mit einem Sortiment von rund 20 000 Artikeln beliefert, neuerdings mit besonderem Blick auf den Unterwegsverzehr. Sein Unternehmen, so der Ochsenhauser Geschäftsführer, habe dabei den Anspruch, Trend-Sortimente als einer der ersten anzubieten. Zudem erhalten die Kunden bei der Firma Utz zweimal im Jahr mit Frühjahrs- und Herbstmessen einen aktuellen Überblick.

Bis heute erzielte das Unternehmen ein kontinuierliches Wachstum, erwirtschaftet etwa 2013, so Rainer Utz, einen Umsatz von rund 60 Millionen Euro. Am Ball bleiben sei dennoch angesagt. Alle Schritte vom Einkauf der Ware bis zur Auslieferung an den Kunden müssen ständig durchleuchtet werden. Ein weiterer Schritt, die gute Marktsituation langfristig mit zukunftsfähigen Konzepten zu sichern, ist die angelaufene Erweiterung der IT-Abteilung.