

**100**  
**Jahre**  
1914-2014

# Kompetenz in Nahversorgung

Sonderveröffentlichung

www.utz-lebensmittel.de



## 100 Jahre Leistung aus Leidenschaft: Das familiengeführte Großhandelsunternehmen Utz feiert Jubiläum

Vom Ein-Mann-Betrieb zum Spezialisten für Nahversorgung und Convenience in Süddeutschland

1914 wagte Martin Utz den Schritt in die Selbstständigkeit, indem er ein Kolonial- und Tabakwarengeschäft im oberschwäbischen Ochsenhausen eröffnete. Was er damals sicherlich nicht ahnte: Mit seinem Wagemut legte er den Grundstein für einen Lebensmittel-Großhandel, der heute mit rund 100 Mitarbeitern sage und schreibe mehr als 1,2 Millionen Kilometern pro Jahr für Kunden in ganz Süddeutschland unterwegs ist. 2014 feiert die Utz GmbH & Co. KG 100-jähriges Jubiläum und wird mittlerweile vom Enkel Rainer Utz in dritter Generation geführt. Das Unternehmen war für die unterschiedlichsten Phasen der Marktentwicklung des letzten Jahrhunderts gut gerüstet und erzielte insgesamt bis heute ein kontinuierliches Wachstum. Im Jahr 2013 erwirtschaftete es einen Umsatz von rund 60 Millionen Euro. Zu den

zentralen Geschäftsbereichen zählen die Betreuung und Belieferung von Nahversorgungsgeschäften und Dorfläden sowie der Vertriebszweig „Convenience“, der vor allem Tankstellen und Kioske bedient. Einer der prägendsten Meilensteine war der Bezug des neuen Logistikzentrums im Jahr 2005. Dort lagern seitdem auf einer Nutzfläche von 7.000 Quadratmetern rund 6.500 Artikel unter ständiger Verfügbarkeit. Und auch die Keimzelle des Erfolgs besteht bis heute: Im Zentrum von Ochsenhausen betreibt die Firma Utz einen Lebensmittelmarkt in eigener Regie – der Nahversorgung in Ochsenhausen ist das Unternehmen 100 Jahre treu geblieben.

Das Erfolgsrezept beschreibt Geschäftsführer Rainer Utz in einem Satz: „Wir betrachten uns nicht nur als reinen Lieferanten, sondern auch

als serviceorientierten sowie beraten den Dienstleister. Dafür sind wir mit unserem Außendienst täglich nah am Kunden.“ Nach diesem Motto schnürt das Unternehmen ganzheitliche Vertriebskonzepte wie „UMS ECK“ oder „Dorfladen“ zum Rundum-sorglos-Paket für die Kunden. Zu den Leistungen zählen neben der klassischen Belieferung unter anderem die Standortanalyse und Sortimentsgestaltung sowie Planung und Umsetzung von Marketingaktionen. Um speziell in letzterem Punkt flexibel auf die Wünsche der Shop-Betreiber eingehen zu können, verfügt Utz sogar über eine eigene Werbeabteilung. Darüber hinaus zeichnen eine starke regionale Ausrichtung der Sortimente, aktuelle Produktneuheiten und kurze Entscheidungswege das Unternehmen aus.

Auch in den übrigen Fachgebieten setzt das Unternehmen auf den Aufbau der Kompetenz

im eigenen Haus. Deshalb hat das Thema Ausbildung eine lange Tradition bei Utz. „Wir bauen auf Fachkräfte, die bereits von Anfang an durch unsere Philosophie geprägt werden. Ein Großteil unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat bei uns als Azubi begonnen – da sind Betriebszugehörigkeiten von bis zu 50 Jahren keine Seltenheit“, erklärt Rainer Utz. „Und nach der Ausbildung fördern wir unser Team mit individuellen Weiterbildungsmaßnahmen und Fachausbildungen.“ Momentan beschäftigt das Unternehmen fünf Auszubildende in den Ausbildungsberufen Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel, Fachkraft für Lagerlogistik, Informatikkaufmann/-frau, Verkäufer/-in sowie Einzelhandelskaufmann/-frau. Außerdem besteht die Möglichkeit, an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg den Bachelor of Arts in Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Handel zu belegen. Derzeit absolviert Matthias Utz, Neffe von Rainer Utz, den Studiengang – somit engagiert sich nunmehr bereits die vierte Generation in dem Familienunternehmen.

### Logistikzentrum mit 7.000 Quadratmetern Nutzfläche

Im Zeichen des kontinuierlichen Unternehmenswachstums entstand in Ochsenhausen auf einer Grundstücksfläche von 20.000 Quadratmetern im Jahr 2005 die neue Logistik- und Lagerhalle mit integrierter Verwaltung. In den unterschiedlich temperierten Kühl- und Tiefkühlräumen finden rund 6.500 Artikel aller Sortimente des Lebensmittelhandels Platz – von A wie Ananas bis Z wie Zucker. Dabei setzt Utz neben der Zusammenarbeit mit den „großen“ Herstellern auch auf die Förderung regi-



Die Nutzfläche des Logistikzentrums beträgt 7.500 Quadratmeter

onaler Zulieferer. Regelmäßige Einkaufs- und Vertriebsbesprechungen dienen der Identifizierung und Bewertung aktueller Trends. Um bei den immer kürzeren Produktlebenszyklen trotzdem am Puls der Zeit zu sein, finden diese auch via Internet statt.

### In ganz Süddeutschland unterwegs

1,2 Millionen Kilometer pro Jahr legen die Fahrer von Utz zurück. Dabei umfasst das Absatzgebiet in Baden-Württemberg den Bodenseeraum, die Region Schwarzwald und den Großraum Stuttgart bis Aalen. In Bayern gehören Nördlingen, Donauwörth, München, Garmisch-Partenkirchen, das bayerische Voralpenland und das Allgäu zu den Vertriebsgebieten. Die eigene Utz-Flotte besteht aus zwölf Kühlfahrzeugen mit Dreizonen-Temperierung, in denen Trocken-, Molkerei- und Tiefkühlpro-

dukte bestens aufgehoben sind. In Ergänzung zum firmeneigenen Fuhrpark arbeitet das Unternehmen mit verschiedenen Logistikdienstleistern zusammen.

### Stetiges Wachstum auch in Zukunft

Die Strategie für die Zukunft hat Rainer Utz fest im Blick: „Wir gehen davon aus, dass wir dank unserer zukunftssträchtigen Geschäftsfelder weiteres Wachstum erzielen werden. Deshalb planen wir momentan den Ausbau unseres Außendienst-Teams, um unser Liefergebiet nachhaltig zu erweitern und zu verdichten. Hier sehen wir vor allem im Convenience-Bereich sehr großes Potenzial. Aber natürlich liegt uns auch weiterhin die Nahversorgung in ländlichen Regionen am Herzen.“



Insgesamt beschäftigt der Lebensmittel-Großhandel im Jahr 2014 rund 100 Mitarbeiter