



Foto: Press in Relations

Rainer Utz wurde mit nur 24 Jahren
Geschäftsführer eines Lebensmittellogistikers.

Mit Tante Emma auf Du

In dritter Generation leitet Rainer Utz einen Lebensmittelgroßhandel. Mit kleinen Kniffen hat er ein fast ausgestorbenes Geschäftsmodell zukunftsfähig gemacht.

Von Nadine Peter

„**KLAPPE, DIE ERSTE**“: Ochsenhausen, eine kleine Stadt in Baden-Württemberg zwischen Memmingen und Ulm. Als Tor zum Allgäu bekannt, erwarten die Besucher grüne Wiesen und Weidelandschaften mit Kühen. Inmitten dieses Idylls steht das Logistikzentrum von Rainer Utz. Auf 7.500 Quadratmetern lagert der Chef des Lebensmittelgroßhändlers Utz vom Schokoladenriegel bis hin Tabakwaren alles, was Kioske, Campingplätze und Tankstellen in der Region für ihre Verkaufsstellen benötigen. Vor hundert Jahren begann die Unternehmensgeschichte des Mittelständlers mit

der Gründung eines kleinen Kolonialwarenladens durch Martin Utz. „Mein Großvater hatte sich wohl kaum vorstellen können, welche Entwicklung seine Unternehmensgründung einmal nehmen würde“, sagt Rainer Utz. Er leitet den Familienbetrieb in der mittlerweile dritten Generation. Aus dem kleinen Handelsladen ist heute das führende privatwirtschaftliche Großhandelsunternehmen in Süddeutschland geworden. Utz hat 100 Mitarbeiter und einen jährlichen Umsatz von 60 Millionen Euro. „Wir stellen die Nahversorgung im ländlichen Raum sicher“, fasst Rainer Utz die Kernaufgabe seines Unternehmens zusammen. Seine Kunden kommen alle

aus der Region rund 200 Kilometer um Ochsenhausen.

Nahversorgung ist Credo // Neben dem sogenannten Convenience-Vertrieb als Partner der MCS, also der Belieferung von Tankstellen und Kiosken, konzentriert sich das Unternehmen weiterhin auf die eigentliche Kernkompetenz: die Belieferung von Nahversorgern und Dorfläden. „Ursprünglich haben wir mit der Nahversorgung begonnen. Unsere Hauptabnehmer waren früher die heute noch bekannten Tante-Emma-Läden“, erzählt Utz. Diese seien fast verpönt gewesen. Das hat sich geändert: Heute ist wieder eine deutliche Nachfrage

nach einer Versorgung vor Ort feststellbar. „Der Wandel der Dörfer birgt künftig viele Herausforderungen. Durch den demografischen Wandel steigt der Anteil der älteren Bevölkerungsgruppe“, analysiert er. Schon Mitte der Neunzigerjahre hatte er den Trend der Unterversorgung der kleinen Ortschaften in der Region erkannt und das Konzept der „Dorfläden“ entwickelt. Hier finden Kunden so ziemlich alles, was sie für das tägliche Leben brauchen, unter einem Dach. „Es gibt, je nach räumlichen Gegebenheiten, die Möglichkeit, den Laden neben Lebensmitteln beispielsweise mit einer Reinigung, einem Kopierservice oder einem Postdienst auszustatten“, erzählt Utz. Er ist allerdings nicht Besitzer dieser Dorfläden. Das sind in der Regel private Unternehmer, die aus einer Bürgerinitiative hervorgegangen sind. Wegen der Probleme im Zuge des demografischen Wandels sei es in den ländlichen Regionen oft schwierig, private Unterneh-

mer mit dem Mut zu finden, dort einen entsprechenden Markt zu eröffnen. Utz steht ihnen bei den Planungen für die Dorfläden mit Rat, etwa zu betriebswirtschaftlichen Fragen oder der Sortimentsauswahl, zur Seite. „Wir liefern quasi nicht nur die Lebensmittel an die Läden, sondern entwickeln im Vorfeld auch die Konzepte mit den Betreibern“, erklärt der Vollblutunternehmer, der eigentlich gar keiner werden wollte.

Vom Azubi zum Geschäftsführer // Trotz seiner heutigen Begeisterung für sein Unternehmen war es für ihn als jungen Mann nicht klar, dass er die Geschäftsführung von seinem Vater übernimmt. 1977 stieg er dennoch als Kaufmannsazubi in den Betrieb ein. „Ich war relativ frei in der Berufswahl. Aber ich wusste, dass ohne mein Eintreten in die Firma diese nicht fortgeführt wird“, erinnert er sich. Im gleichen Jahr verstirbt sein Vater, seine

Mutter übernimmt die Geschäftsführung, und Rainer Utz muss schneller betriebliche Verantwortung übernehmen als gedacht. Nach der Ausbildung geht alles ganz schnell. Mit nur 24 Jahren wird er Geschäftsführer. „Das war am Anfang nicht einfach“, blickt er zurück. Die größte Herausforderung für ihn sei gewesen, sich bei den alteingesessenen Mitarbeitern zu bewähren. „Die kannten mich ja teilweise noch aus den Windeln. Aber ich bin mit meinen Aufgaben gewachsen“, sagt er lachend. Gewachsen ist seitdem auch sein Unternehmen. Im Jahr 2005 hat Utz ein neues Logistikzentrum bezogen. „Damit konnten wir unseren Umsatz um 30 Prozent steigern. Bis heute hat sich der Umsatz seither um 70 Prozent erhöht“, berichtet Utz. Derzeit liegt das Umsatzwachstum seiner Firma bei 5,5 Prozent. <<