



Familienunternehmen: Die Geschäftsführer Roswitha Utz-Parusel und Rainer Utz.

Flott(e) fürs flache Land: Der eigene Fuhrpark beliefert Kunden in Bayern und Baden-Württemberg.

Der Lebensmittel-Großhändler Utz feiert 100. Jubiläum

Professionell und flexibel fürs flache Land

Dorfladen, Kiosk, Tankstelle. Auf dem flachen Land ist „Tante Emma“ lebendig – und für die Bevölkerung im Wortsinne lebensnotwendig. In Süddeutschland stellt Großhändler Utz diese Nahversorgung sicher. Im Juli feierte das Familienunternehmen seinen 100. Geburtstag.

Bei Jubiläen wird immer gelobt. Wenn aber selbst die Presse vom „Robin Hood im Kaufmannskittel“ spricht, lässt das aufhorchen. Erst recht, wenn es dabei um ein Unternehmen wie Utz geht, das seit einem Jahrhundert wirtschaftlich erfolgreich handelt. Und das mit Ochsenhausen ausgerechnet in Oberschwaben beheimatet ist, also dem Kernland der dem Geldverdien zugezogenen Schwaben. Und dann ein Robin Hood?!

Dabei erklärt die regionale Lage dieses Phänomen: Oberschwaben ist nämlich einerseits eine der erfolgreichsten Wirtschaftsregionen Europas. Und gleichzeitig eine ländliche Region mit Kleinstädten und Dörfern. Für die Einheimischen ein Paradies mit Haken: Die alltägliche Versorgung mit Lebensmitteln ist in Oberschwaben problematisch. Denn große Handelsunternehmen ziehen sich aus der ländlichen Nahversorgung zurück. Zu unwirtschaftlich für die Konzerne.

Wer darin eine Chance sieht, nutzt nicht nur die Lücke, welche die Filialisten lassen, sondern erwirbt sich auch Anerkennung. Wie Rainer Utz, der, zusammen mit seiner Frau Roswitha Utz-Parusel, bereits in dritter Generation dafür sorgt, dass sich die Menschen auch heute noch in Oberschwaben und im Schwarzwald, am Bodensee und in Oberbayern in Tante-Emma-Läden, Kiosken und Tankstellen mit Lebensmitteln versorgen. Was wiederum das überschwängliche Lob der



Zum 100. Geburtstag kamen mehr als 250 Geschäftspartner und Gäste zu Utz nach Ochsenhausen.

Gratulanten beim 100-Jährigen erklärt. Guido Wolf, Präsident des Baden-Württembergischen Landtags: „Utz ist die Überlebenseinheit im ländlichen Raum!“

Spezialisierte Großhändler wie Utz verhindern, zumindest aber verzögern die „Amazonisierung des Lebensmittelhandels“, versichert Franz-Friedrich Müller, Geschäftsführer der Markant AG. Dabei seien Nahversorger für dünnbesiedelte Regionen nicht nur wegen der Lebensmittelversorgung so wichtig, sondern auch wegen der Belebung der Dörfer durch Einkaufsmöglichkeiten vor Ort. Müller: „Nahversorger wie Utz sind für Dörfer und kleine Gemeinden systemrelevant!“ Und Dr. Peter Kulitz, Präsident des Baden-Württembergischen IHK-Tags, ergänzt: „Die Firma Utz gewährleistet die Lebensqualität auf dem Land.“

Nicht nur dort. „Das Problem der Nahversorgung, also des Lebensmitteleinkaufs in 500 Meter Umkreis von der Wohnung, ist mittlerweile in den Vororten von Großstädten wie Stuttgart angekommen“, bestätigt Sabine Hagmann, Hauptgeschäftsführerin des Handelsverbands Baden-Württemberg in ihrer Grußadresse.

Nicht nur Nächstenliebe, sondern auch Geschäftsmodell: Flexible, spezialisierte Großhändler wie Utz agieren erfolgreich in diesem Markt. Zumal die Anfänge der Firma der Situation seiner heutigen Kunden entspricht: ein kleiner Nahversorger in einer ländlichen Gemeinde.

1914 eröffnete Martin Utz – Großvater des heutigen Firmeninhabers – ein Kolonial- und Tabakwarengeschäft in Ochsenhausen. Fünf Jahre später nahm Opa Utz den Großhandel dazu. Das Ladengeschäft in der Schlossstraße gibt es übrigens immer noch. Doch der Lebensmittel-Großhandel hat sich vor neun Jahren mit seinen rund 100 Mitarbeitern und einem Umsatz von 60 Millionen Euro ins neue Logistikzentrum an den Ortsrand verlagert. Dort la-

gern seitdem auf einer Nutzfläche von 7.500 Quadratmetern rund 6.500 ständig verfügbare Artikel.

Die Kunden von Utz sind weit verstreut in Bayern und Baden-Württemberg. „Grob gesagt beliefern wir sie in einem Radius von 200 Kilometern“, sagt Firmenchef Rainer Utz. Die eigene Lieferflotte besteht aus zwölf Kühlfahrzeugen mit Dreizonen-Temperaturierung, in denen Trocken-, Molkerei- und Tiefkühlprodukte bestens aufgehoben sind. Mehr als 1,2 Millionen Kilometer pro Jahr kommen da zusammen. Plus die Fahrten anderer Logistikdienstleister, mit denen Utz zusammenarbeitet.

ZWEITES STANDBEIN CONVENIENCE

Neben Nahversorgungsgeschäften und Dorfläden beliefert Utz Convenience-Händler wie Tankstellen und Kioske. 1997 stieg man in dieses Geschäft ein – als einer von sieben regionalen Partnern des damals neu gegründeten deutschlandweiten Netzwerks MCS und zuständig für die Belieferung von Systemkunden in Baden-Württemberg und Bayern. Rund 20.000 Artikel aus allen relevanten Warengruppen werden geliefert. Utz-Vertriebsleiter Jens Schröder: „Schon ab 300

Euro Lieferwert rollt unser Lkw den einzelnen Betrieb an.“

Mit dem Convenience-Bereich hat sich Utz nicht nur ein weiteres Standbein geschaffen. Geschäftsführer Rainer Utz: „Wir sehen auf diesem Gebiet ein enormes Wachstumspotenzial.“ Weshalb der Ausbau des Außendienst-Teams geplant wird, um das Liefergebiet nachhaltig zu erweitern und zu verdichten. Utz: „Wir betrachten uns nicht nur als Lieferanten, sondern auch als serviceorientierten sowie beratenden Dienstleister. Dafür sind wir mit unserem Außendienst täglich nah am Kunden.“

Beraten werden die Shopbetreiber vor allem bei der Sortimentsfindung und Absatzförderung. Darüber hinaus hat Utz den Anspruch, seinen Kunden Produktinnovationen und Trend-Sortimente als einer der Ersten anzubieten – kurze Entscheidungswege und tagesaktuelle Beschaffung zeichnen das Unternehmen aus. Außerdem erhalten die Kunden während der Frühjahrs- und Herbstmessen einen aktuellen Überblick über die wichtigsten Produktneuheiten. < Manfred Ruopp

www.utz-lebensmittel.de



LED Preisanzeigen

- Einmalige Flexibilität
- Hohe Zuverlässigkeit
- Maximale Lesbarkeit
- Display Intelligent Protection System (DIPS) 
 - Automatische Helligkeitsregelung
 - Temperaturkontrolle
 - Intelligentes Dimming



100% FOCUS ON PETROL

beverinnovations.de

tkr@beverinnovations.com