MESSE EINLADUNG

Ausgabe: Juni 2018
Jahrgang 28 Nr. 53

utz LEBENSMITTEL aktuell

INHALT JUNI 2018

Jahrgang 28 - Ausgabe Nr. 53

VERTRIEBSARBEIT

Neueröffnung Carina´s Lädle in Bartholomä 4
Neueröffnung Helene´s Herzstück in Erlaheim 5
Neueröffnung Al Hamra Markt Reichenbach 6
Neueröffnung Jäggles Lädele in Göffingen 7
Umbau Dtal Untersiggingen 8
Umbau Bäckerei und Lebensmittel Köhler in Heubach-Lautern 9
Umbau Bavaria Petrol-Tankstelle Sindelfingen 9
Umbau Ran-Tankstelle Strobel Biberach 10
Shop-Optimierung Avia Gossetsweiler 12

KUNDEN - JUBILÄEN

15 Jahre Dorfladen Pfrondorf 13
10 Jahre Dorfladen Hörvelsingen 14
10 Jahre Dorfläden Schomburg 15

REDAKTIONELLE BEITRÄGE

Prämierung Dorfladen des Jahres 16
Brezelkönigin Mast Untersulmetingen 17
Parlamentarisches Frühstück 18
Dorfladen-Fest in Ebnat 19
MCS - Social Convenience Award 20
Die Wirtschaft - Von Tante Emma zu Amazon 21
MCS - Effektiv und Flexibel 22

UTZ - INTERN

Ausbildung erfolgreich beendet 27
Navision Umstellung 28
Azubi-Tagebuch – Mitfahrt im Außendienst 29

UTZ - MESSE

Messenachlese Frühjahrsmesse 2018 30
Messerückblick 31

EDITORIAL UTZ AKTUELL

Liebe Kundinnen und Kunden,
liebe Geschäftsfreunde,

Vier Jahre ist es nun her, seit ich in das Unternehmen Utz eingetreten bin. So ist es nun auch höchste Zeit mich mit kurzen Worten in der aktuellen Ausgabe dieser Firmenbroschüre vorzustellen.

Vor ziemlich genau 30 Jahren habe ich das Hobby „IT“ für mich entdeckt. Verglichen zu heute konnte man die damaligen Computer eigentlich nicht PC nennen. Auch gab es vor 30 Jahren nicht direkt diese Berufssparte, und so wurde mein Werdegang erstmal ein ganz anderer und das Hobby blieb erstmal nur Hobby.

Anfang der 90er-Jahre, als dann das Betriebssystem Windows massentauglich wurde und immer mehr Privatpersonen und Firmen computergestützte Systeme einsetzten, entstanden dann auch die Berufe. So wurde dann auch Mitte bis Ende der 90er-Jahre während meiner Bundeswehrzeit aus meinem Hobby allmählich mein Beruf. Ich wurde neben meiner normalen Funktion Systembetreuer für AS400 und Windows Systeme bei der Bundeswehr.

2004 bot sich mir die Möglichkeit aus meinem Hobby dann auch in der freien Wirtschaft meinen Berufswunsch weiterzuführen. Was macht aber nun jemand der sein Hobby für einen Beruf aufgibt?

Ganz einfach: Das Hobby ist trotzdem geblieben und somit steckt in meiner Ausübung immer Leidenschaft und „Herzblut“. Die IT ist für mich einer der Berufe, die jeden Tag neue Herausforderungen mit sich bringt. Kein Tag ist wie der vorhergehende und nichts ist schnelllebiger wie der digitale Wandel.

Die Firma Utz und auch die kundenseitigen Wünsche geben mir genügend Gelegenheiten, größere und kleinere Herausforderungen zu meistern, worüber ich sehr dankbar bin.

Die letzte größte Herausforderung war die Einführung des neuen Warenwirtschaftssystems in Rekordzeit von nur 8 Monaten. Diese Einführung war notwendig, um für die Zukunft bestens für weitere Kundenwünsche gewappnet zu sein.

So eine Herausforderung kann natürlich nur in einem gut eingespielten Team gemeistert werden, wo jedes Zahnrad/Mitarbeiter ineinander greift.

Ein ganz besonderer Dank geht an unsere verständnisvollen Kunden, die während der Umstellung Anfang Februar Geduld bewiesen haben, wenn es an der einen oder anderen Stelle noch geklemmt hat, oder wenn etwas schiefgelaufen ist.

Die nächsten Herausforderungen stehen natürlich schon an und an dieser Stelle verabschiede ich mich mit folgendem Zitat von Walt Disney:

„If you can dream it, you can do it“
(Wenn du es träumen kannst, so kannst du es tun)

Herzliche Grüße aus Ochsenhausen

Thorsten Flader – Leitung IT

Qualität und Frische

IMPRESSUM:

Eigentümer, Herausgeber und Verleger:

Utz GmbH & Co. KG
Kolpingstraße 40
88416 Ochsenhausen

Tel.: 0 73 52 / 92 02- 0
Fax: 0 73 52 / 92 02- 99

E-Mail: info@utz-lebensmittel.de
Internet: www.utz-lebensmittel.de

Redaktion:
Theresa Ott

Gestaltung & Druck:
www.singer-media.com

CARINA'S LÄDLE BARTHOLOMÄ

Neueröffnung

Hell und freundlich erscheint der neu umgebaute Verkaufsraum.

Die Türglocke will an diesem Freitag der Eröffnung nicht still stehen. Nachdem der örtliche Bäcker in den wohlverdienten Ruhestand ging und der genossenschaftliche Dorfladen in weite Ferne rückte, fasste sich die ausgebildete Gärtnerin Carina Wagner-Grötzinger ein Herz und erweiterte ihren Blumenladen.

So wurden innerhalb von zwei Monaten die Räumlichkeiten umgebaut und mit Hilfe der Firma Utz ein Grundsortiment an Waren des täglichen Bedarfs ermittelt und die Regale befüllt.

"Wir haben alles da", sagt die Ladenbesitzerin, Lebensmittel wie Milch, Joghurt, Käse, Nudeln, Konserven, Süßigkeiten, Tiefkühlware, Zeitungen Gemüse und Hygieneartikel.

Seit Freitag den 02.02.2018 können sich die Bürger von Bartholomä mit allem versorgen, was sie zum täglichen Leben benötigen.

Wir wünschen Frau Wagner-Grötzinger viel Erfolg und gute Umsätze.

Verkaufsberaterin Kerstin Illner gratuliert Carina Wagner-Grötzinger zur gelungenen Neueröffnung.

HELENE´S HERZSTÜCK ERLAHEIM

Neueröffnung

Mit großer Spannung fieberten die jungen und alten Erlaheimer der Eröffnung des neuen Dorfladens im März 2018 entgegen. Mit neuem Flair und Charme bietet Frau Armbruster Lebensmittel, Waren des täglichen Bedarfes, frisches Obst und köstliche Backwaren an.

Für Kunden, die nicht ausreichende Einkaufstaschen parat haben, bietet sie einen besonderen Service an, das Leihwägele. Es darf nach Hause mitgenommen und beim nächsten Einkauf wieder abgegeben werden. Eine tolle Idee, die gern in Anspruch genommen wird.

Auf der Fensterbank laden bequeme Sitzkissen zum Verweilen und Schwatzen ein.

Wir wünschen einen super Start mit zufriedenen Kunden.

Die gemütliche Sitzecke lädt zum Verweilen ein.

Frau Armbruster präsentiert stolz ihr Leihwägele.

Helene Ott, Gaby Armbruster und Verkaufsberaterin Kerstin Illner präsentieren den neu eingerichteten Laden.

AL HAMRA MARKT REICHENBACH

Neueröffnung

Am 07.05.2018 war es nach erfolgreichem Umbau und Aufbauarbeiten endlich soweit: Der Al Hamra Markt eröffnete. Neugierige Besucher erwartet ein vielseitiges Angebot orientalischer und arabischer Waren. Mit einem Angebot deutscher Lebensmittel ist das Warenangebot für jeden Käufer nahezu perfekt.

Der Markt ist eine Bereicherung der Einkaufskultur in Reichenbach.

Wir wünschen der Familie Elser viel Erfolg und eine zufriedene Kundchaft.

Frau Elser begrüßt herzlich ihre Kunden.

Verkaufsberaterin Kerstin Illner überreicht Frau Elser Blumen zur Eröffnung.

NEUE PARTNER

im Einzelhandel

Im 1. Halbjahr 2018 wurde unsere Gruppe durch den Zugang von zahlreichen Kunden weiter gestärkt.

Wir heißen unsere neuen Geschäftsfreunde an dieser Stelle nochmals herzlich willkommen und freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit!

JÄGGLES LÄDELE GÖFFINGEN

Neueröffnung

Frau Widmann hat eine Einkaufsmöglichkeit in der Gemeinde Göffingen am Bussen geschaffen.

Ab sofort können die Bürgerinnen und Bürger frische Backwaren von der Bäckerei Böck aus Riedlingen einkaufen. Regionale Fleisch- und Wurstwaren liefert die Metzgerei Schosser aus Attenweiler.

Die wichtigsten Lebensmittel für den täglichen Bedarf können die Einwohner ab sofort in dem Lädele mitnehmen. Für Einkehr und Kommunikation ist in dem „Wirtshäusle“ daneben Gelegenheit. Auch Kaffee und Kuchen werden den Gästen gereicht, die den nahegelegenen Bussen besuchen.

Wir wünschen Frau Widmann in Göffingen viel Erfolg und bedanken uns für das entgegengebrachte Vertrauen.

Im „Wirtshäusle“ kann man sich bei Kaffee und Kuchen entspannen.

Ein kleiner Einblick ins Sortiment.

Angelika Widmann und Verkaufsberater Bernhard Fiderer freuen sich, dass die Anwohner ab sofort wieder in Göffingen einkaufen können.

DTAL-MARKT UNTERSIGGINGEN

Umbau und Sortimentserweiterung

Mitte April wurde im Dtal-Markt in Untersiggingen umgebaut. Es wurden Warengruppen ergänzt und teilweise neu platziert.

Gegenüber der Kassenzone befindet sich nun als Blickfang das “Kids dreams“ Regal mit allerhand Süßigkeiten.

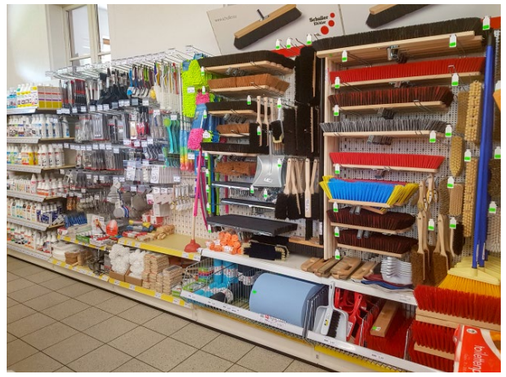
Molkereiprodukte, Frischfleisch und Wurst sind in einem neuen Kühlregal mit separaten Kühlzonen untergebracht. Ebenso wurden über den Tiefkühltruhen Regale installiert und neu bestückt.

Selbstverständlich findet man weiterhin eine große Auswahl an Obst und Gemüse, regionaler Spezialitäten und Raiffeisen-Waren. Getränke sind natürlich in gewohnter Vielfalt erhältlich.

Wir wünschen dem Dtal-Markt weiterhin gute Geschäfte!

Das neue Kühlregal wurde mit Frischfleisch und Wurst bestückt.

Die neuen Regale über der Tiefkühl-Truhe.



Hier findet man alles für den täglichen Gebrauch…

BÄCKEREI KÖHLER

Umbau in Heubach-Lautern

Verkaufsberaterin Kerstin Illner und Geschäftsführerin des Familienbetriebs Marianne Kientz packen kräftig mit an.

Ein Blick in die übersichtlich geordneten Regale.

Auch Konditormeisterin Eva-Maria Kientz freut sich über den neu gestalteten Laden.

Die Bäckerei wurde bereits vor vielen Jahren erweitert um die Nahversorgung der Umgebung mit Lebensmitteln zu sichern. Durch den erneuten Umbau im Januar 2018 und die Optimierung der Verkaufsflächen hat der Verkaufsraum ein neues Flair erhalten. Gemütliche Sitzecken sind entstanden mit dem Blick auf das komplette Verkaufsangebot.

Das „Schwätzbänkle“ lädt zum Entspannen ein. Hier treffen sich ab sofort Jung und Alt in einer angenehmen Atmosphäre, um anschließend ihren Einkauf zu erledigen.

Wir wünschen nach dem erfolgten Umbau weiterhin gute Geschäfte.

TANKSTELLE BAVARIA PETROL

Umbau in Sindelfingen

Die Optimierung des Shop’s war lange geplant. Im März 2018 wurden die Verkaufsregale durch neue Produkte in den Auslagen erweitert. Der Getränkekühlschrank wurde durch Mitarbeiter der Firma Utz umgebaut und das Sortiment optimiert, sowie zusätzlich neue Produkte integriert. Der neu optimierte Shop erscheint freundlich, hell und lädt zum Einkauf ein.

Verkaufsberaterin Kerstin Illner beim Umräumen der gekühlten Getränke.

Das neu gestaltete Kühlregal.

RAN-TANKSTELLE STROBEL

Umbau in Biberach a. d. Riß

Neuer Tankstellenshop für Familie Strobel. Ende April diesen Jahres war es nun soweit, die Firma Südramol investierte am Standort Biberach a. d. Riß in einen neuen Tankstellenshop. Angefangen von einem neuen Kühlaggregat bis hin zur neuen Kassenzone und Shopgondeln ist die Tankstelle zu einem modernen Convenience-Shop geworden.

Mit Hilfe der Utz Vetriebsmannschaft und Herrn Strobel junior wurden die Sortimente neu platziert und auch erweitert, um die Bedürfnisse des heutigen Convenience Kunden abzudecken. Auch aufgrund der kurzen Entfernung zu den Berufsschulzentren war es hier wichtig, diese neuen Sortimente auch speziell auf die junge Generation auszurichten.

Die Firma Utz wünscht Familie Strobel und ihrem Team zum gelungenen Umbau alles Gute, viel Erfolg und weiterhin eine gute Zusammenarbeit.

Optimale Platzierung der individuell angepassten Sortimente.

Ein breites Sortiment erfüllt die Wünsche der Kunden.

burkhardt FRUCHTSÄFTE
Ein Stück Natur genießen

Guter Apfelsaft hat eine Herkunft.

UNSERER EINE HEIMAT.

Lernen Sie unsere Heimat kennen: Burkhardt Fruchtsäfte lädt Sie ein zur Besichtigung und Erkundung des Burkhardt Biotops, mit Streuobstwiesenlehrpfad, Barfußpfad, Grill- und Spielplatz. Ganzjährig Betreten erwünscht.

Und wenn Sie wissen möchten, wie der Saft in die Flasche kommt, zeigen wir das gerne bei einer Betriebsbesichtigung. Termine unter 0 73 33 / 96 96-0, info@burkhardt-fruchtsaefte.de oder auf www.burkhardt-fruchtsaefte.de.

SHOP OPTIMIERUNG AVIA-STATION

Horgenzell-Gossetsweiler

In der Avia-Station in Gossetsweiler wurden Anfang Mai Warengruppen zusammengeführt und neu angeordnet.

Kinder-Artikel wurden im “Kids dreams“ Regal platziert, Pralinen speziell zum Muttertag hervorgehoben und in der Kassenzone ergänzen neue Artikel das bestehende Sortiment.

Wir wünschen weiterhin gute Umsätze und freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

Das “Kids dreams“ Regal lässt Kinderaugen leuchten.

Die Kassenzone erstrahlt nun in neuem Glanz.

Ob Süßes oder Salziges – hier findet jeder das Richtige.

VERTRIEBSARBEIT

15 JAHRE DORFLADEN

Pfrondorf

Das 15-jährige Jubiläum wurde gebührend am Fastnachtsdienstag im Dorfladen Pfrondorf gefeiert. Zahlreiche Gäste folgten der Einladung.

Vertriebsleiter Jens Schröder überbrachte die Glückwünsche der Firma Utz und bedankte sich für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit in den vergangenen Jahren.

Passend zum Jubiläum gab es auch einen Jubiläumshandzettel mit tollen Knüllern, um die treuen Kunden in dem Tübinger Teilort zu belohnen.

Die Attraktion war ein extra aus Reutlingen angereister Kaffee-Bus, der von vielen Gästen bestaunt und natürlich auch genutzt wurde.

Der Pfrondorfer Dorfladen gehört zu den ersten Dorfläden, den die Firma Utz belieferte. Treue Stammkunden zeichnen das Geschäft aus. Bio- und regionale Produkte sowie eine umfassende Obst- und Gemüseauslage sind das Aushängeschild des Ladens.

Vertriebsleiter Jens Schröder hat mit dem Dorfladen-Team auf das Jubiläum angestoßen.

Die zahlreichen Stammkunden feierten mit.

Verkaufsberater Bernhard Fiderer mit Frau Kessler (l.) und Frau Weber (r.) vor dem Dorfladen.

KUNDEN - JUBILÄUM

10 JAHRE DORFLADEN

Hörvelsingen

Bei schönstem Wetter wurde mit dem ganzen Ort gefeiert.

Mit einem Jubiläumstag wurde am Samstag, den 16. Juni, das 10- jährige Bestehen des Dorfladens in Hörvelsingen gefeiert. Bereits am Morgen kamen zahlreiche Besucher und kauften beim Dorfmarkt, der vor dem Laden frisches Obst und Gemüse anbot, ein.

Nostalgie kam auf beim Scherenschleifer, der unscharfe Messer auf dem Vorplatz wieder schärfte. Zur Mittagszeit gab es Maultaschen vom Grill mit Kartoffelsalat, Flammkuchen, Kaffee und Kuchen oder schon ein Bier vom Fass.

Bürgermeister Daniel Salemi beglückwünschte das Dorfladenteam zum Jubiläum und rief zur weiteren Unterstützung des Dorfladens auf. Umrahmt wurde die Ansprache wie bereits vor einem Jahrzehnt vom ortsansässigen Posaunenchor. Auftritte der Turngruppen „Mäuse“ und „Babsi“ erfreuten am Nachmittag die Gäste. Wer hoch hinaus wollte konnte bei einem Gewinnspiel eine Fahrt mit einem Heißluftballon gewinnen.

Zahlreiche Jubiläumsknüller erfreuten die Verbraucher im 70qm großen Laden; unter anderem verschiedene Käsesorten in der Bedienungstheke sowie frische Backwaren und Wurst vom benachbarten Metzger. Passend dazu auch einige WM-Artikel für Fußballfans.

Regionale Weine und Säfte gehören schon seit Jahren zum Zugpferd des Nahversorgerladens.

Wir bedanken uns bei den Verantwortlichen für das jahrelange Vertrauen, für die gute Zusammenarbeit und wünschen dem Hörvelsinger Dorfladen weiterhin viel Erfolg.

Mit einer Foto-Collage wurden die Highlights der letzten 10 Jahre dargestellt.

Verkaufsberater Bernhard Fiderer und viele weitere Gäste beglückwünschten das Dorfladen Team und Herr Pfeffer (l.) zum Jubiläum.

10 JAHRE DORFLÄDEN

Schomburg eG

Bei herrlichem Wetter startete der Festtag mit einem Weißwurstfrühstück und musikalischer Unterhaltung am Dorfbrunnen in Haslach. Von dort aus machten sich über 70 Teilnehmer auf den Weg zum traditionellen “Lädeleslauf“ nach Primisweiler. Hier erwartete die Gäste ein buntes Festprogramm: Glückwünsche überbrachten unter anderem der Vorstand Kay Friedrich, Rainer Utz, Petra Krebs (MdL) und Wangens OB Michael Lang. Der Dank galt vor allem der Geschäftsführerin Susanne Groß und dem Dorfladenteam für ihr tolles Engagement in den vergangenen Jahren. Für Speis und Trank wurde bestens gesorgt und die Band von St. Konrad sorgte für die passende musikalische Umrahmung. Nach der Siegerehrung vom Lädeleslauf zeigte der Schomburger Kinderzirkus “Schoki“ den Zuschauern einige Kunststücke.

Die große Besucherzahl zeigte, wie wichtig den Bürgern der Erhalt dieser Dorfläden ist.

Wir wünschen weiterhin viel Erfolg und freuen uns auf weitere 10 Jahre!

Geschäftsführer Rainer Utz, Bürgermeister Michael Lang und Petra Krebs gratulierten dem Dorfladen zu 10 Jahre.

Susanne Groß (l.) und ihr Team freuten sich über die gelungene Feier.

Die Besucher genossen das Fest und hatten gemeinsam Spaß.

Über 70 Teilnehmer nahmen am Lädeleslauf teil.

Quelle: Dorfladen-Netzwerk 22.01.2018

von Günter Lühning

DORFLADEN DES JAHRES 2018

in Berlin prämiert

Auf der LandSchau-Bühne der Int. Grüne Woche in Berlin hat die Dorfladen-Bundesvereinigung am 20. Januar zwei Dorfläden des Jahres 2018 in zwei Kategorien prämiert: Aßmannshardt in Baden-Württemberg (kleine Dorfläden/kleine Dörfer) und Gelting in Oberbayern (größere Dorfläden/größere Dörfer). Moderiert wurde die Preisverleihung durch die NDR-Fernsehjournalistin Heike Götz. Die Würdigung der diesjährigen Preisträger und die Überreichung der Acrylglas-Ehrentafeln nahmen die Vorstandsmitglieder der Bundesvereinigung Günter Lühning aus Niedersachsen, Wolfgang Gröll und Anton Brand aus Bayern vor. Die noch junge Bundesvereinigung multifunktionaler Dorfläden nahm für die Prämierung 2018 erstmals eine Ausschreibung vor und durfte sich über mehrere ausgefüllte Bewerbungsbögen von Dorfläden, die seit mindestens fünf Jahren erfolgreich die dörfliche Nahversorgung sichern, freuen.

"Mehr Bewerber als erwartet sorgten bei uns für die berühmte Qual der Wahl", betonte Bundesvorsitzender Günter Lühning aus Otersen, denn gleich mehrere Bewerber hätten die Auszeichnung verdient gehabt. Im Verlauf des Auswahlverfahrens wurde die Individualität der Dorfläden deutlich, so dass kleine nicht mit größeren Gemeinden 1:1 vergleichbar sind. Die Mitglieder der Dorfladen-Bundesvereinigung bildeten die Jury und entschieden sich für eine Prämierung in zwei Kategorien.

In der Kategorie "kleine Dorfläden / kleine Dörfer" wurde der 2011 eröffnete Dorfladen in Aßmannshardt (Gemeinde Schemmerhofen im Landkreis Biberach) prämiert.

Der Preis wurde vom ehrenamtlichen Geschäftsführer Frank Sauter und seiner Ehefrau Jennifer Sauter gemeinsam mit den drei Kindern Leon, Vanessa und Fabio auf der LandSchau-Bühne in Empfang genommen. Jennifer Sauter ist eine von insgesamt 6 Mitarbeiterinnen im Dorfladen Aßmannshardt. Aßmannshardt hat 900 Einwohner. Der Dorfladen hat eine Verkaufsfläche von nur 60 qm, auf der jährlich 55.000 Einkäufe getätigt werden. Das kleine Café bietet innen 4 Sitzplätze und auf der Terrasse weitere 8 Plätze, so dass der Dorfladen längst ein beliebter Treffpunkt im Dorf ist.

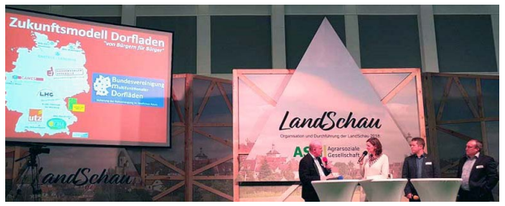
Prämierung für Aßmannshardt – Unser Foto zeigt von links: Wolfgang Gröll und Günter Lühning, Vorsitzende der Dorfladen-Bundesvereinigung, Moderatorin Heike Götz (NDR), Frank und Jennifer Sauter mit ihren Kindern Vanessa, Fabio und Leon sowie Anton Brand, 2. Vorsitzender der Dorfladen-Bundesvereinigung.

In der Kategorie "größere Dorfläden / größere Dörfer bzw. Gemeinden" wurde in Berlin der Dorfladen Gelting (Gemeinde Geretsried im Landkreis Bad Tölz-Wolfratshausen) ausgezeichnet.

Der Dorfladen Gelting wurde am 14.9.2008 eröffnet und feiert im Spätsommer sein 10-jähriges Bestehen. Die Verkaufsfläche beträgt 100 qm. An 7 Tagen in der Woche ist der Dorfladen insgesamt 62 Stunden wöchentlich geöffnet und zählt jährlich über 74.000 Einkäufe. 21 Verkäuferinnen werden beschäftigt und von 9 ehrenamtlichen Kräften unterstützt. Zum Dorfladen gehört auch ein Café mit 18 Sitzplätzen (innen) und weiteren 20 Plätzen im Außenbereich. Bei der Preisverleihung waren aus Gelting die Aufsichtsratsmitglieder Michaela Tippelt und Martin Goder sowie die beiden Teamleiterinnen Claudia Thut und Sigrid Stumvoll gemeinsam mit der Vorsitzenden des Aufsichtsrates Silke Noeller-Granget auf der LandSchau-Bühne und freuten sich über die Auszeichnung zum Auftakt des Jubiläumsjahres.

Prämierung für Gelting – Unser Foto zeigt von links die Aufsichtsratsmitglieder Michaela Tippelt und Martin Goder, die Team-Leiterinnen Claudia Thut und Sigrid Stumvoll, NDR-Fernsehmoderatorin Heike Götz, Geltings Aufsichtsratsvorsitzende Silke Noeller-Granget und die beiden Vorsitzende der Dorfladen-Bundesvereinigung Wolfgang Gröll und Günter Lühning

Die Prämierung war mit einem Erfahrungsaustausch und einem Berlin-Wochenende mit Besuch der weltgrößten Verbraucher- und Ernährungs-Messe, der Int. Grüne Woche mit jährlich 400.000 Besuchern verbunden. Dorfladen-Bundesvorsitzender Günter Lühning dankte den beiden süddeutschen Lebensmittel-Großhändlern Handelshaus Rau Pfarrkirchen (als Hauptlieferant des Dorfladen Gelting) und Utz-Lebensmittel Ochsenhausen (als Hauptlieferant des Dorfladen Aßmannshardt) für die freundliche Unterstützung des Prämierungs-Wochenendes in Berlin.



Im Anschluss an diese Gesprächsrunde fand auf der LandSchau-Bühne in Berlin die Prämierung der beiden Dorfläden des Jahres 2018 statt.

BREZELKÖNIGIN BADEN-WÜRTTEMBERG

arbeitet bei der Bäckerei Mast in Untersulmetingen

Tatjana Moosmayer, 23 Jahre, ist gelernte Bäckereifachverkäuferin. Nach ihrer Ausbildung machte Frau Moosmayer eine Weiterbildung zur Verkaufsleiterin und arbeitet seitdem bei der Bäckerei Mast in Untersulmetingen.

Die Wahl zur Brezelkönigin wird vom Baden-Württembergischen Bäckerhandwerk organisiert und fand im April 2018 statt. Es ist ein ausgeschriebener Wettbewerb, worauf man sich bewerben kann. Frau Moosmayer hat diese Chance genutzt, sich beworben und kam in die engere Auswahl. Doch was muss man eigentlich tun, um als Brezelkönigin gewählt zu werden? Man muss die Jury mit Fachkenntnissen, Begeisterung für das Bäckerhandwerk und mit Charme überzeugen. Diese Anforderungen hat Frau Moosmayer erfolgreich gemeistert und so die Wahl zur Brezelkönigin gewonnen. Die Wahl findet alle zwei Jahre statt.

Als Brezelkönigin von Baden-Württemberg hat man die Aufgabe die Branche bei Brotprüfungen, Jubiläen, Messen und Veranstaltungen zu repräsentieren.

Wir freuen uns sehr über die gewonnene Wahl von Frau Moosmayer und wünschen ihr in ihrem neuen Amt alles Gute.

Frau Moosmayer ist stolz und freut sich über ihre gewonnene Wahl.

v.l. Frau Ganser (Schwester von Hr. Mast), Frau Moosmayer und Herr Mast freuen sich zusammen über die Auszeichnung.

PARLAMENTARISCHES FRÜHSTÜCK
im Landtag Bayern

Auf dem parlamentarischen Frühstück trafen sich bayrische Landtagsabgeordnete aller Fraktionen.

Nahversorgungswüste in Bayern? Unter diesem Titel luden die drei Lebensmittelgroßhändler LHG aus Eibelstadt (Nähe Würzburg), Rau aus Pfarrkirchen (Niederbayern) und Utz aus Ochsenhausen (Oberschwaben) bayerische Landtagsabgeordnete aller Fraktionen zu einer Diskussion im Rahmen eines parlamentarischen Frühstücks ein. Mit von der Partie war Wolfgang Gröll, Inhaber der Beratungsfirma newWAY, der sich einen Namen in der Beratung von Nahversorgern gemacht hat.

Die Resonanz war groß: 30 MdLs kamen, darunter prominente wie Hubert Aiwanger (FW) oder Klaus Adelt (SPD) und Markus Ganserer (Grüne), die sich seit Jahren für Dorfläden einsetzen. Als Profis in Sachen Nahversorgung haben sich auch der Vorsitzende der Enquete-Kommission "Gleichwertige Lebensverhältnisse in ganz Bayern", Berthold Rüth (CSU) und sein Vize Dr. Christoph Rabenstein (SPD) beim Parlamentarischen Frühstück informiert.

So wurde auch kompetent über Finanzierungsfragen, Rechtsformen und die laufenden Kosten von bürgerschaftlich initiierten Dorfläden debattiert: keinesfalls, so die große Mehrheit, sollte die öffentliche Hand ein „Rundum-Sorglospaket" für Nachbarschaftsgeschäfte bieten, das Niveau des bürgerschaftlichen Engagements ist im Gegenteil wichtiger Gradmesser für die Akzeptanz. Aber sie sollte Wege ebnen, und zwar schnell, bevor sich die Kunden nach Schließung eines Geschäftes verlaufen haben. Wünschenswert sei eine kleine Genossenschaft mit geringem administrativem und finanziellem Aufwand. Und bei der Existenzgründung bedarf es einiger „Kapital-Spritzen", vor allem was die Finanzierung von Beratungsleistungen, der Ladeneinrichtung oder auch Immobilie betrifft.

Wenn der Dorfladen einmal aus der Taufe gehoben ist, braucht er - z.B. durch Coaching-Maßnahmen - weiter Unterstützung. Dann kann eigentlich kaum mehr etwas schiefgehen: Schließungen von ländlichen Bürgerschaftsläden sind rar - das beweist ihre Existenzberechtigung. Letztlich wird der Bayerische Staat damit dem Verfassungsgebot (Art.3) der Sicherung „gleichwertiger Lebensverhältnisse in Stadt und Land" gerecht: die Lebensqualität in der Region - allemal ein Thema für die Landtagswahl!

Die Resonanz der Abgeordneten auf die vorgetragenen Themen war durchweg positiv. Und so hoffen die Veranstalter, Dr. Dörfelt von der LHG, Stefan Rau vom Handelshaus Rau und Rainer Utz vom Großhandelsunternehmen Utz sowie Herr Gröll darauf, dass die Förderung der Nahversorgung Eingang in die politischen Gremien findet; nicht nur auf der Ebene der Landesregierung, sondern auch in Städten und Gemeinden.

TRADITIONELLES DORFLADENFEST
in Ebnat auf der Ostalb

Wie jedes Jahr am Pfingstsamstag, feierten auch dieses Jahr die Familien Traub und Grieser bereits zum fünften Mal ihr Dorfladenfest.

Gleich morgens wurden vor dem Dorfladen die Zelte und Pavillons aufgebaut sowie Biertische und die „Küche" für die Bewirtung hergerichtet.

Pünktlich um 17.00 Uhr kamen dann die ersten Gäste. Bald war der Festplatz mit ca. 250 Besuchern gut besetzt. Für beste Unterhaltung sorgte die Blaskapelle von guten Freunden der Familie mit Volksmusik. Nicht zuletzt als die Musiker „Auf der Vogelwiese" anstimmten, sangen die Festbesucher lautstark mit.

Aus der Dorfladen-Küche wurden die hungrigen Gäste mit Gyros-Teller, Kässpatzen, Pommes und Würstchen versorgt. Natürlich durfte gutes Bier von der Brauerei Wieland und ein gutes Viertele Wein vom Weingut Haberkern nicht im Angebot fehlen.

Das Fest hat wieder einmal gezeigt, wie harmonisch die Verbindung zwischen Betreibern und Kunden sein kann. Verkaufsberater Bernhard Fiderer folgte sehr gerne der Einladung und war von der Organisation und vom Ablauf des Festes sehr begeistert. Wir freuen uns auf das nächste gemeinsame Jahr.

Frau Traub (Mitte links) und Frau Grieser (Mitte rechts) freuen sich mit ihren Gästen über das gelungene Dorfladenfest.

Familie Grieser beim Getränkeverkauf.

Die Gäste und Verkaufsberater Bernhard Fiderer präsentierten stolz das Schild „Dorfladenfest".

Die Blaskapelle sorgte für gute Stimmung im Festzelt.

Quelle: MCS

MCS - SOCIAL CONVENIENCE AWARD

Großhändler MCS prämiert mit Award die Social Media Aktivitäten

Offenburg, 15.03.2018 – Über 30 Millionen aktive Nutzer verfügt Facebook in Deutschland. Dass das soziale Netzwerk ein wichtiges Kommunikationsinstrument ist, ist damit inzwischen unbestritten.

Immer mehr Tankstellen und Convenience-Shops haben mittlerweile eine virtuelle Dependance auf Facebook und kommunizieren auf diesem Weg mit ihren Kunden. Der Shoplieferant MCS unterstützt bereits seit einiger Zeit seine Kunden mit digitalen Werbematerialien und Know-how für den Facebook-Auftritt.

Um den Fokus der Convenience Branche noch mehr auf die vielseitigen Möglichkeiten der Social Media-Kommunikation zu lenken, schreibt die MCS nun erstmals den „Social Convenience Award“ aus.

„Die MCS sieht sich seit jeher nicht nur als reiner Shop-Logistiker, sondern unterstützt die Kunden auch gezielt mit umsatzsteigernden Abverkaufshilfen. Mittlerweile findet Verkaufsförderung zunehmend online statt und wir wollen unsere Kunden mit diesem Award für die zunehmende Bedeutung der Online-Kanäle sensibilisieren. Digitalisierung ist für uns mehr als nur ein Schlagwort“, begründet Torsten Eichinger die Ausschreibung des „Social Convenience Awards“.

Der Preis wird in vier Kategorien vergeben:

- Tankstelle
- Mineralölgesellschaft
- selbstständiger Betreiber eines einzelnen Kiosk/Nahversorger/Convenience-Store
- Filialnetz (Kiosk, Nahversorger oder Convenience-Store)

Eine fachkundige Jury aus Marketing- und Convenience-Spezialisten ermittelt die Gewinner aus den Bewerbern.

Die Teilnahmebedingungen, weitere Informationen sowie einen Film zum Social Convenience Award finden Sie unter **www.mcs.eu/award**.

Weitere Informationen sind auch im MCS Blog unter **www.mcs.eu/blog/mcs-sucht-die-besten-facebook-seiten-der-branche** verfügbar. Das Logo steht unter **www.mcs.eu/bildmaterial/social-convenience-award** zum Download zur Verfügung.

SOCIAL CONVENIENCE AWARD MCS

Quelle: Die Wirtschaft zwischen Alb und Bodensee, Ausgabe März 2018

Einzelhandel: von Tante Emma bis Amazon

Evolution, Revolution oder Kahlschlag?

Obwohl der Online-Handel permanent wächst, stellt der stationäre Handel die wichtigste Handelsform dar. In der Bandbreite von Tante-Emma-Laden bis Amazon entwickeln sich viele Mischformen, die versuchen, die Vorteile beider Vertriebsformen zu kombinieren. Die IHK Ulm hilft den Händlern in der Orientierung und steht mit Rat und Tat zur Seite.

#gemeinsam Wirtschaft gestalten

Foto: Lorenz Bee

Rainer Utz
Geschäftsführer Utz GmbH & Co. KG
Vorsitzender des Einzelhandelsausschusses

„Der Einzelhandelsausschuss setzt sich aus Firmen der gesamten Region und unterschiedlichen Branchen sowie Betriebsgrößen zusammen. In offener Diskussion diskutieren wir regionale wie bundesweite Handelsthemen. Oft werden Themen aus unseren Diskussionen von der IHK weiter verfolgt und vertieft. Unser fachlicher Input ist ein wichtiger Teil der Arbeit in der Branchenbetreuung Handel in der IHK Ulm. Umgekehrt werden wir bei neuen Themen um unsere Einschätzung gebeten.“

Weitgehend außerhalb der öffentlichen Wahrnehmung blühen kleine Läden mit den Themen Nahversorgung und regionale Produkte auf. In den Dörfern werden sie zum Teil als Genossenschaft geführt und konzentrieren sich meist auf den Vergesslichkeitsbedarf. In den Städten stehen regionale Produkte im Vordergrund – oft mit Online-Shop, Abhol- oder Lieferservice. Den Nahversorgern hilft die IHK immer wieder, sich bei den Bürgermeistern Gehör zu verschaffen, wenn diese einen Discounter an den Standort holen wollen und damit die Existenz vieler kleinerer Anbieter aufs Spiel setzen. Anbieter regionaler Spezialitäten gehören zu den Stammgästen bei Vorträgen rund um das Thema standortbezogene Onlinedienste, -Shop oder Webseite.

Orientierung im Web

Das Thema „Wie muss ich mich online aufstellen?“ trifft die Händler in fast allen Branchen. Um die Orientierung zu erleichtern und bei den ersten Schritten zu helfen, bietet die IHK Ulm ein breites Informationsspektrum. Auf der Webseite gibt es u. a. mit „go online“ eine Infobroschüre für Anfänger. In kostenlosen Einzelberatungen können Händler ihre Webseite oder ihren Shop von einem neutralen Fachmann prüfen lassen. Bei Veranstaltungen wie dem Cross Channel Tag informieren Profis über die Möglichkeiten und Erfahrungen, die sich in der Vernetzung von stationär und online bieten. Eine Händlerreise zur Firma Engelhorn nach Mannheim bot die Gelegenheit, zu sehen, wie eine solche Verknüpfung auf hohem Niveau funktioniert.

Quelle: Convenience-Shop 02/2018

MCS - EFFEKTIV UND FLEXIBEL

Fotos: MCS

„Effektiv und flexibel“

Vor etwas mehr als 20 Jahren verbanden sich Convenience-Großhändler aus ganz Deutschland in der MCS, um auch national handeln zu können. Wir sprachen mit MCS-Geschäftsführer Torsten Eichinger über die Herausforderungen.

Interview: **Hans Jürgen Krone**

>> Im vergangenen Jahr feierte die MCS ihr 20jähriges Jubiläum. 1997 war es ein mutiger Schritt, diese kleinen Großhändler zusammenzupacken. Sagen Sie in der Rückschau, dass das die richtige Entscheidung war?

Torsten Eichinger: Auf jeden Fall. Meine Vorgänger, die das damals bewältigen mussten, wurden schon etwas belächelt. Als Bernhard Delakowitz mit dem damaligen Einkäufer zum erstmals für die MCS über die ISM ging, da wurden sie noch nicht so richtig ernstgenommen, weil sie mit einem vermeintlich bunten Haufen angetreten waren, den Convenience-Markt zu bearbeiten. Viele erwarteten nicht, dass diese Gruppe von Mittelständler es schafft, gemeinsam etwas zu erreichen. Aber gerade die vorgebliche Schwäche, dass sich sehr unterschiedliche Unternehmen zusammengetan haben, hat sich im Nachhinein als Erfolgsrezept für die MCS erwiesen. Die Partner konnten durch die Heterogenität anfänglich viel voneinander lernen. Wir hatten viele Außendienstler dabei, die von der Sügro kamen, die damals in der Auflösung war, und auch den einzigen Gesellschafter der Sügro, der damals nicht verkauft hat, die Naschwelt, mit dem entsprechenden Know how in der Gruppe. Daraus resultierte ein genereller Wissens-Transfer, der vieles bewegt hat. Es gab bei uns schon früh die Verbindung zwischen Convenience- und LEH-Know-how. Das kommt uns heute zugute, denn diese zwei Welten sind in den vergangenen Jahren immer mehr zusammengewachsen. Der vermutete Nachteil hat sich also für uns in einen echten Vorteil verwandelt.

Bei solchen Zusammenschlüssen gibt es meist die Befürchtung, dass auf die Unternehmen ein „Wasserkopf“ draufgesetzt wird, der dann oftmals eher eine Belastung ist. Wie haben Sie eine solche Entwicklung vermieden?

Eichinger: Den mittelständischen Unternehmern war natürlich wichtig, dass der „Wasserkopf“ nicht größer wird als die Basisorganisation, die die Arbeit macht. Es wurde von Anfang an sehr stark darauf hin gearbeitet, dass wir effektiv und flexibel handeln. Unser Erfolgsrezept in den 20 Jahren beruhte oftmals gerade darauf, dass wir nicht konzerngesteuert, sondern flexibel sind. Es war immer ein Miteinander in der Gruppe, und wir haben uns darauf konzentriert, den Markt zu erobern. So konnten wir uns auch gegen potenzielle Wettbewerber durchsetzen, die in den vergangenen Jahren gekommen und wieder gegangen sind. Unser Erfolgsrezept ist eben, dass wir die Zusammenarbeit auf Augenhöhe praktizieren.

Was ist in diesem Verbund die wichtigste Aufgabe der Zentrale?

Eichinger: Letztendlich sind wir in diesem Verbund für alles zuständig, was über die Grenzen einer normalen Großhandlung hinausgeht. Wenn wir über Marketing, Vertrieb und Einkauf reden, dann schauen wir immer, dass wir flexibel agieren. Wir wollen beim Einkauf beispielsweise so schnell wie möglich und im Vertrieb so nah wie möglich am Kunden sein. Auf der anderen Seite ist es natürlich unsere Aufgabe, bestimmte Aktivitäten von nationalen Kunden und Markenartiklern bundesweit zu steuern. All diese Dinge übernehmen wir für unsere Partner und koordinieren das dann in der Gruppe.

Bei meinem ersten MCS-Gespräch, damals mit Bernhard Delakowitz, stand immer das Thema im Vordergrund, dass die zusammengeschlossenen Großhändler nicht nur in ihren Regionen arbeiten können, sondern auch für die nationalen Unternehmen ein wichtiger seriöser Ansprechpartner sind. Mussten Sie das unter Beweis stellen?

Eichinger: Ja genau und das gilt auch weiterhin. Wir haben einen konzernierten Wettbewerb und da fällt es manchen unserer Kunden im ersten Moment noch schwer, zu verstehen, warum eine Gruppe wie unsere bestimmte Dinge genauso gut oder manche auch besser kann als der Wettbewerb. Aber das alles stellen wir jeden Tag unter Beweis, sonst hätte es diese positive Entwicklung nicht gegeben.

Kürzlich ist ein neuer Partner dazugekommen?

Eichinger: Wir haben im vergangenen Jahr Brülle & Schmeltzer aus Lippstadt gewinnen können und verdichteten damit unser Netz weiter. Für uns ist es wichtig, die Nähe zum Kunden nicht nur im Sinne der Zusammenarbeit symbolisch zu pflegen. Wir wollen wirklich logistisch näher an ihn heranrücken, ihm im wahrsten Sinne des Wortes entgegenkommen. Das sorgt für noch mehr Flexibilität. Wir merken, dass dieser Aspekt unseren Kunden immer wichtiger wird.

Worauf kommt es bei Flexibilität vor allem an?

Eichinger: Es geht um Häufigkeit der Belieferung und Flexibilität in den Tourenplänen. Je mehr Standorte man hat und damit auch bestimmte Regionen besser bedienen kann, umso mehr kann man den Anforderungen der Kunden gerecht werden. Auch die haben ihre Zeitfenster für bestimmte Aktivitäten. Die können wir noch besser nutzen. Unsere Kunden haben einen sehr hohen Personalkostenanteil. Deshalb ist es wichtig, der Personaldisposition zu entsprechen. Die Ware sollte kommen, wenn genug Mitarbeiter da sind, um sie entgegenzunehmen. Diese Dinge können wir mit einer Optimierung der Logistik noch besser gestalten.

MCS
Mein Convenience Service

Das MCS-Netzwerk

In der MCS-Gruppe sind regionale Convenience- und Lebensmittel-Großhandlungen zusammengeschlossen, die seit Jahrzehnten zahlreiche Shop-Betreiber und Einzelhändler in ihren Liefergebiete bedienen. Das Netzwerk ist die größte deutsche Convenience-Verbundgruppe, die alle relevanten Sortimente liefert – von Getränken und Lebensmitteln bis hin zu Tabakwaren. Seit ihrer Gründung im Jahre 1997 wurde das Leistungsspektrum der Gruppe sukzessive erweitert und ausgebaut.

Quelle: Convenience-Shop 02/2018

MCS - EFFEKTIV UND FLEXIBEL

Mittelständische Tankstellen gehören zu den wichtigsten Kunden des Convenience-Großhandelsverbundes.

Der alte Spruch ‚Retail ist Detail', trifft für Ihr Geschäft mit Convenience-Shops in ganz besonderem Maße zu. Ist die Beachtung dieser Regel auch ein Stück Erfolgsgeheimnis der MCS?
Eichinger: Ja, denn Sie müssen die ganze Bandbreite der Kunden sehen, die von uns beliefert werden. Viele denken nur an Rastanlagen, wenn es um die Belieferung von Tankstellen geht. Die liegen natürlich sehr praktisch und machen gute Umsätze. Aber das Hauptgeschäft der Tankstellen findet woanders statt. Die sind verteilt im Bayrischen Wald, irdendwo in Niedersachsen oder in der Innenstadt von Köln. Die Anlieferbedingungen variieren hier sehr stark. Wenn man dann noch planen muß, wie man beispielsweise einen Convenience-Store am Bahnhof in der Rush-Hour beliefern kann, wo man die Ware auch noch über Aufzüge transportieren und dabei aufpassen muss, dass währenddessen niemand den LKW leerräumt, dann ist das eine ganz andere Situation. An Flughäfen sind darüber hinaus die ganzen Sicherheitsanforderungen deutlich gewachsen. Das logistische Convenience-Geschäft ist extrem komplex, und wir haben noch gar nicht über die unterschiedlichen Temperaturzonen gesprochen, die wir beachten müssen.

Wie regional unterschiedlich ist das Convenience-Geschäft in Deutschland?
Eichinger: Ich glaube, dass die Convenience-Kultur, um sie mal so zu nennen, weniger von den Regionen abhängig ist, sondern eher von dem unterschiedlichen Urbanitätsgrad. Was die Sortimente und die Anforderungen der Shop-Kunden angeht, da sind sich große Stationen in München, Berlin oder Düsseldorf sehr, sehr ähnlich. Vergleichbare Anforderungen gibt es auch bei Tankstellen-Shops im bayrischen Wald, in der Eifel oder auf dem Dorf in Schleswig-Holstein. Dasselbe gilt für Shops in Bahnhöfen vergleichbarer Lage und Größe.

Welche Rolle spielen regionale Produkte?
Eichinger: Wir beobachten durchaus, dass das Thema Regionalität an Gewicht gewinnt. Früher gab es die Tendenz, die Dinge zu vereinheitlichen. Inzwischen sagen aber auch immer mehr überregional tätige Kunden, dass sie sich mit regionalen Produkten profilieren wollen.

Als Sie die Geschäftsführung der MCS übernommen haben, haben Sie von Anfang an deutlich gemacht, dass neben der Belieferung auch die konzeptionelle Beratung der Kunden im Mittelpunkt steht. Warum ist Ihnen das so wichtig?
Eichinger: Das ist unser Job und damit unterscheiden wir uns auch von anderen. Die Hygienefaktoren müssen natürlich passen: Die Ware muss zum richtigen Preis zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein. Das setzen unsere Kunden voraus. Und auch, dass wir die richtigen Sortimente führen, ist ganz klar. Differenzieren können wir uns nur damit, dass wir die Schippe oben drauflegen, indem beispielsweise unser Außendienst die notwendige Beratungsleistung bringt, regelmäßig vor Ort ist und den Kunden unterstützt. Er muss ihm mit Shop-Optimierungen beistehen und dafür sorgen, dass der Kunde mehr Umsatz macht.

Ist der Wunsch nach stärkerer Beratung von den Kunden an Sie herangetragen worden?
Eichinger: Es kommt viel Feedback, und es werden auch Anforderungen gestellt. Darüber hinaus haben wir sehr früh angefangen, Marktstudien durchzuführen, um herauszufinden, was die Kunden unserer Kunden eigentlich wirklich wollen und wo es vielleicht hapert.

Was hat sich daraus ergeben?
Eichinger: Wir haben schon vor über zehn Jahren die Initiative POSitiv ins Leben gerufen, die sich konkrete positive Veränderungen am PoS vorgenommen hat. Beispielsweise durch die POSitiv-Box, mit deren Hilfe erstmals systematisch Riegel nach dem Motto „Zwei zum Preis von…" verkauft wurden. Das ist heute gar nicht mehr wegzudenken. Als Nachfolgeprodukt kam die Cash-Box. Hier haben wir es erstmals geschafft, eine Getränkeaktion erfolgreich im Bereich der Kasse unterzubringen. Als wir damit gestartet sind, haben uns einige für verrückt erklärt, dass wir jetzt Getränke in die Kassenzone bringen. Mittlerweile hat sich das Angebot etabliert und bewiesen, dass es geht.

Die Handelsunternehmen intensivieren ihre Aktivitäten in Richtung Convenience. Kann das der Convenience-Branche als Ganzes helfen?
Eichinger: Ich sehe das positiv. Zum einen schadet die konzeptionelle Veränderung von Convenience-Konzepten, wie wir sie im Moment merken, dem Markt sicherlich nicht. Zurzeit möchte ich gerne Ladenbauer sein. Aber auch wir als Lieferant sind natürlich stark gefordert. Dem sehe ich positiv entgegen, denn wir sind die Einzigen im Markt, die die LEH-Sortiments-Kompetenz und gleichzeitig auch die der Feinstdistribution haben. Wir beliefern Kunden vom kleinen Schwimmbadkiosk bis zum Lebensmittelgeschäft, die ganze Bandbreite. Nahversorger-Sortimente gehören zu unserem Kern-Geschäft.

Zuverlässigkeit und Flexibilität bei der Warenlieferung sind entscheidend.

Haben Sie sich im vergangenen Jubiläumsjahr auch darüber Gedanken gemacht, wohin sich die MCS in den kommenden 20 Jahren entwickeln soll?
Eichinger: Natürlich ist das für uns ein Them. Das erwarten auch unsere Gesellschafter. Der Covenience-Markt ist extrem dynamisch. Die Entwicklung, die wir in den vergangenen drei Jahren erlebt haben, hätte vor fünf Jahren niemand vorhergesagt. Keiner hat auch in dieser Art und Weise mit einer Zusammenarbeit von Aral und Rewe gerechnet. Solche Dinge machen Planungen extrem schwierig. Nichtsdestotrotz haben wir natürlich eine klare Ausrichtung, was unsere Arbeit der kommenden Jahren angeht. Für uns steht der mittelständische Markt im Fokus, der weiterhin am wachstumsträchtigsten ist. Dort können wir mit unseren Partnern auf Augenhöhe arbeiten und gemeinsam glaubwürdig Projekte anschieben. Wir wollen uns weiterhin in diesem Segment bewegen und es partnerschaftlich bedienen. Punkten wollen wir mit Produkten und Dienstleistungen. Wir haben aktuell einen Award für Foodstartups ins Leben gerufen, den Young Taste of Convenience Award. Ziel ist es, convenience-geeignete Produktinnovationen jenseits der großen Markenartikler besser zu identifizieren. Den Gewinnern ebnen wir ganz praktisch den Weg in die Shops. Einige unserer Kunden haben ganz konkret zugesagt, sie mit Shop-Präsenz zu unterstützen. Dazu kommt der neue „Social Convenience Award". Prämiert werden Unternehmen, die mit ihrer Facebook-Seite erfolgreich auf ihren Shop und ihre Angebote aufmerksam machen.

AUSBILDUNG ERFOLGREICH BEENDET

Auch in diesem Jahr beenden zwei Auszubildende aus unserem Haus erfolgreich ihre Ausbildung. Sowohl Frau Sarah Baur als auch Herr Gabriel Haas befinden sich vor dem Abschluss der dreijährigen Ausbildung zur Groß- und Außenhandelskauffrau bzw. zum Groß- und Außenhandelskaufmann.

Im Juli 2018 werden die beiden nur noch ihre mündliche bzw. praktische Prüfung vor der IHK Ulm ablegen; die schriftliche Prüfung haben beide bereits im Mai mit sehr gutem Erfolg bestanden und im Juni Ihre Zeugnisse jeweils mit Auszeichnung erhalten.

Nach Ausbildungsbeginn am 01.09.2015 durchliefen beide Auszubildenden alle Abteilungen des Unternehmens. Sie waren im Lager an der Warenannahme, bei der Einlagerung und in der Kommissionierung tätig. Im Einkauf konnten sie alle wichtigen Bereiche von der Disposition bis zur Kalkulation kennen lernen. Die Aufgaben in der Auftragsbearbeitung gehörten ebenso zu der Ausbildung wie die Tätigkeiten im Sekretariat und im Telefonverkauf. Auch in der Marketingabteilung und in der Finanzbuchhaltung waren Frau Baur und Herr Haas im Einsatz. Die Ausbildung im Vertrieb umfasste Kundenkontakte, Messeeinsätze und insbesondere die Ladengestaltung, Warenplatzierung und der praktische Einsatz bei Umbauten und Neueröffnungen. Somit konnten die beiden einen umfassenden Einblick in alle Unternehmensabläufe erhalten.

Es freut uns, dass wir Frau Baur und Herrn Haas nach der Ausbildung übernehmen können. So verstärken die Beiden uns als gut ausgebildete und motivierte Mitarbeiter.

Frau Baur wird das Team in der Auftragsbearbeitung komplettieren und Herr Haas tritt in der Buchhaltung die Nachfolge von Frau Bauersachs an, die sich im Juli in den Mutterschutz verabschiedet. Die eigene Ausbildung von Fachkräften ist für uns ein wichtiger Faktor der Zukunftssicherung.

Wir gratulieren zum erfolgreichen Abschluss der Ausbildung.

Erfolgreich die Ausbildung beendet haben Frau Sarah Baur und Herr Gabriel Haas.

PROJEKT MICROSOFT DYNAMICS

NAV 2017

Die Firma Utz wird ihrem Slogan „Kompetenz in Nahversorgung & Convenience“ treu bleiben und ihren Kunden diese Kompetenz auch in Zukunft gewährleisten. Dabei ermöglicht das Warenwirtschaftssystem den reibungslosen Ablauf aller Handelsprozesse und entlastet die verschiedenen Bereiche des Unternehmens. Dazu gehören beispielsweise das Erfassen, Überwachen und Optimieren von Lagerbewegungen, Disposition und Einkauf sowie alle Verkaufsprozesse.

Im Juli 2017 wurde das Projekt „NAV 2017“ von der Firma Utz in Zusammenarbeit mit der MSE Gruppe aus Ravensburg, die sich seit 1990 auf Microsoft Dynamics NAV spezialisiert hat, angepackt. Die bisher seit 2004 im Einsatz befindliche Software-Version konnte viele neue Anforderungen nicht mehr in vollem Umfang erfüllen und auch die Verbindung mit Schnittstellen zu Kassensystemen und Lieferanten gestaltete sich zunehmend aufwendig. Die Führung in diesem Projekt übernahm Herr Flader, Leiter der IT-Abteilung der Firma Utz. Das System wird von jeder Abteilung im Betrieb direkt oder auch indirekt genutzt.

Es sollte eine neue Version her, um im Bereich IT auf dem neusten Stand zu sein und um die betrieblichen Abläufe soweit wie möglich zu optimieren.

Während den „Sprintphasen“ wurden die Abläufe getestet und die Mitarbeiter geschult.

Das Projekt-Team stößt auf den erfolgreichen Start an.

In unterschiedlicher Zusammensetzung arbeiteten die IT-Abteilung und die Firma MSE mit allen Abteilungen in den „Sprintphasen“ zusammen, erfassten alle betrieblichen Abläufe und kommunizierten viel miteinander, um die Arbeiten nach der Umstellung direkt wieder richtig fortführen zu können. Alle Mitarbeiter wurden während des Projektes geschult, um bei Fragen so schnell und kompetent wie möglich antworten zu können und alle Tagesarbeiten effizient durchführen zu können. Die Mitarbeiter der Firma Utz arbeiteten während des Projektes auch abteilungsübergreifend zusammen an der erfolgreichen Umsetzung der Aufgaben, um den Verlauf möglichst reibungslos gewährleisten zu können; dennoch war die Umstellung von „alt“ auf „neu“ doch ziemlich groß, somit brauchte man hier eine gewisse Eingewöhnungsphase.

Der Echtstart war von Beginn an für Anfang Februar geplant und so wurde am 02.02.2018 vom alten auf das neue System umgestellt. Bis dahin waren alle betrieblichen Abläufe erfasst und für das neue Microsoft Dynamics Navision neu programmiert worden.

Ständig wächst die Firma Utz zusammen mit ihren Kunden und Mitarbeitern in Sachen Qualität und Kompetenz. Damit ist sichergestellt, dass die Firma Utz den wachsenden Anforderungen ihrer Kunden nicht nur heute, sondern langfristig auch in Zukunft gerecht wird.

FAHRT MIT DEM AUSSENDIENST,

AUSZUBILDENDE GANZ NAH BEIM KUNDEN

– 2 Tage im Außendienst –

Wenn sich die Ausbildung im Hause Utz dem Ende neigt (3. Lehrjahr), stehen noch zwei Tage im Außendienst auf dem Programm.

Wir Auszubildende, Sarah Baur und Gabriel Haas, organisierten mit den jeweiligen Verkaufsberatern, Herrn Fiderer und Herrn Wenk, einen Tag an dem wir diese bei ihren Kundenbesuchen begleiteten.

Wir haben sehr viel über die Arbeit des Außendienstes sowie über die Kunden erfahren. Es gibt viele verschiedene Bereiche, in denen unsere Verkaufsberater ihr Können unter Beweis stellen müssen. Denn nicht jeder Kunde von der Firma Utz hat die gleichen Endkunden. Es gibt oft sehr große Unterschiede zwischen Kiosken, Tankstellen, Nahversorgern oder Bäckereien. Auch der Standort des Ladens zeigt Unterschiede im Kaufverhalten der Endkunden auf. In manchen Regionen kaufen Kunden mehr von einem Produkt als in anderen Regionen. Somit müssen unsere Verkaufsberater das variierende Kaufverhalten z.B. bei Neueinführung eines Produktes beachten.

Unsere Außendienstmitarbeiter beraten unsere Kunden in vielen Bereichen. Unter anderem sind sie für die Sortimentsberatung zuständig. Wir haben z.B. einem unserer Kunden neue Nudeln vorgestellt und diesem aktuelle Mittel für die Verkaufsförderung aufgezeigt und bereitgestellt. Nachdem das neue Produkt eingeführt wurde, hält der Verkaufsberater nach einiger Zeit Rücksprache mit dem Kunden, ob ein Erfolg zu sehen war und schlägt wenn notwendig Verbesserungsmöglichkeiten vor.

Ein weiterer Punkt unserer Außendienst-Tour war die Ladengestaltung bzw. der Aufbau des Ladens oder des Shops. So haben wir gelernt, dass das Kühlregal üblicherweise am weitesten vom Eingang entfernt sein sollte, um den Endkunden bei der Suche nach Kühlprodukten durch den Laden zu führen.

Bei einer Neueröffnung oder der Planung eines Geschäftes sind unsere Verkaufsberater häufig von Anfang an dabei und können somit den Verkaufsraum mitgestalten. Diese erstellen Pläne des Ladens, in denen sie die Standorte der Regale mit Lebensmitteln, der Bedienungstheke und der Obst- und Gemüse-Insel kennzeichnen.

Unsere Verkaufsberater haben einen sehr vielseitigen Arbeitsplatz. Sie haben die Aufgabe unsere Kunden zu beraten, auf Aktionen und Angebote aufmerksam zu machen und mit den Kunden über Handzettel oder Werbung zu sprechen. Dabei machen sie Vorschläge, wie sich ein Produkt am besten vermarkten lässt. Sie stellen unseren Kunden Neuheiten, Forcierverkäufe und Wiedereinführungen von Produkten vor und erarbeiten ein Konzept, um diese neu im Laden oder dem Shop aufzunehmen.

Insgesamt waren das sehr interessante und lehrreiche Tage mit Herrn Fiderer und Herrn Wenk im Außendienst.

Herr Gabriel Haas bei seinem Außendiensttag im Verkaufsgespräch mit Frau Allgöwer vom Dorfladen Heuchlingen.

Frau Sarah Baur im Gespräch mit Frau Traub beim Dorfladen in Ebnat.

FRÜHJAHRSMESSE 2018
BEI UTZ

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Geschäftsfreunde,

viele Neuheiten, Informationen und gute Gespräche gab es für die zahlreichen Besucher am 10. und 11. März auf der Frühjahrsmesse der Firma Utz in Maselheim.

Zu den über 50 Messeständen zählten neben den verschiedensten Industriepartnern auch eigene Utz Stände. Eine besondere Neuheit war der Stand von Aryzta mit Snack-Schulungen. Diese kamen bei unseren Kunden sehr gut an. An allen Ständen konnten sich unsere Kunden über neue und bestehende Artikel informieren und sie auch probieren. Auf unserer Galerie wurden wieder die Trends der kommenden Weihnachtssaison präsentiert und die Kunden konnten die Ware gleich vorbestellen.

Unsere Gewinnspielfrage lautete dieses Jahr „Wie viele Kunden waren insgesamt seit 25 Jahren hier auf der Messe in Maselheim?“ Es waren zwischen 10.000 und 15.000 Kunden.

Folgende Kunden, die die richtige Anzahl geschätzt haben, wurden unter den Gewinnspielkarten ausgelost:

1. PREIS:

Effect Fat-Bike

Bavaria-Petrol Tankstelle Schäble in Sindelfingen

2. PREIS:

Lenovo Tablet

Späth in Zussdorf

3. PREIS:

Weber Grill

Schlossmarkt Windach eG in Windach

4. PREIS:

Jack Daniels Kühler

Bft-Tankstelle Späth in Ehingen

5. PREIS:

Haribo Handgepäck Trolley

Dorfladen Luibrand in Uttenweiler

Wir gratulieren den Gewinnern ganz herzlich!

Schon heute möchten wir Sie sehr gerne zu unserer Herbstmesse einladen.

Termin 22. und 23. September 2018

Wir wünschen Ihnen einen guten Abverkauf und danken Ihnen sehr herzlich für Ihren Besuch.

Mit freundlichen Grüßen

ppa. Schröder

Utz GmbH & Co. KG | ppa. Jens Schröder | Leiter Vertrieb und Marketing

P.S.: Eindrücke von der Messe finden Sie auf unserer Homepage www.utz-lebensmittel.de unter “Utz aktuell”.

MESSERÜCKBLICK
FRÜHJAHR 2018