utz LEBENSMITTEL aktuell

Ausgabe: Juni 2020
Jahrgang 30 Nr. 57

MESSE-INFO

HERBSTMESSE im September 2020 als Schriftmesse

Aufgrund der aktuellen Corona-Pandemie wird die bevorstehende Herbstmesse als Schriftmesse durchgeführt.

Vorab die wichtigsten Infos:

- Infos und Unterlagen erhalten Sie rechtzeitig durch Ihren Verkaufsberater
- Attraktive Messeknüller
- Produktneuheiten
- Verlosung mit tollen Gewinnen

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an Ihren Verkaufsberater oder an unser freundliches Kundenservice-Team

Kolpingstraße 40 88416 Ochsenhausen
☎ 07352/9202-0 info@utz-lebensmittel.de

INHALT JUNI 2020

NEU ODER NEU GEMACHT

Neueröffnung Witzighausen.....4
Genossenschaft sichert Nahversorgung in Bad Boll.....5
Umbau der MTB-Tankstelle Saarbrücken.....6
RAN in Wangen: rundum modern.....7
Neustart in Mittelbuch.....9
Ein (Einkaufs-)Plus für Mindelzell.....10
Mehr Platz und Komfort in der Bäckerei Huber Berkheim.....11

WIR GRATULIEREN

Glückwunsch an „Grüezi auf der Alb“!.....13
10 Jahre Dorfladen Haldenwang.....13
150-jähriges Jubiläum in Kressbronn.....14

FÜR SIE ZUSAMMEN GETRAGEN

Vergelt’s Gott, liebe Frau Daiber!.....15
In Restaurantqualität: RAN Neusäß.....16
Shop statt Sofa: Gum Augsburg.....18

CORONA SPEZIAL

Wenn die Maske unseren Alltag beherrscht.....20
Lebensmittel-Großhändler im Interview.....21
MCS setzt auf den virtuellen Shop-Berater.....22
5 Fragen an Rainer Utz.....23
„Um`s Eck“ bietet Lieferservice.....24
BIB Augsburg unterstützt Augsburger Tafeln.....25

EIN BLICK HINTER UNSERE KULISSEN

Erweiterung des Logistikzentrums im I. Quartal 2020 fertiggestellt...27
Neues Tabaklager mit Track & Trace-Technologie.....28
Saubere Energie dank neuer PV-Anlage.....29
Ausbildung in Corona-Zeiten im Hause Utz.....30
Glückliche Gewinner.....31
Messe-Info: Ordersatz Messe.....32

EDITORIAL UTZ AKTUELL

Liebe Kundinnen und Kunden,
liebe Geschäftsfreunde,

vor einigen Jahren hatte der Einzelhandelsverband eine Aktion namens „Helden des Handels“ als Ausbildungsinitiative im Einzelhandel gestartet. In der aktuellen Corona-Pandemie gewann der Begriff „Helden“ eine neue Wertschätzung, und der Begriff „Systemrelevanz“ gewann an Aktualität. Neben medizinischem und Pflegepersonal waren es nicht zuletzt die Beschäftigten im Lebensmittel-Einzelhandel und in der Logistik, denen in der Phase des „Lockdown“ viel Anerkennung zuteilwurde. Gesundheit und Versorgung standen auf einmal ganz oben für die Bevölkerung, und das öffentliche Leben kam teilweise fast zum Erliegen. Gerade die aber, die sich nun um Gesundheit und Versorgung kümmern, sind einem erhöhten Risiko ausgesetzt, sich mit dem Virus zu infizieren und verdienen unser aller Respekt und Anerkennung.

Auch im Unternehmen hatten uns die Auswirkungen der Krise mit Macht erfasst. Zunächst ging es darum, Konzepte zu entwickeln, um unsere Beschäftigten zu schützen und die Versorgung unserer Kunden aufrechtzuerhalten; und dies bei täglich – gefühlt stündlich - wechselnden Krisen- und Gesetzeslagen. Durch leergefegte Märkte und überhöhte Beschaffungspreise wurde die Versorgung mit Desinfektions- und Hygieneartikeln zu einer Herausforderung. Mit Beginn der „Hamsterkäufe“ verwandelten sich für uns Artikel wie Toilettenpapier und Hefe zum Synonym der Krise. Neben diesen Artikeln deckten sich große Teile der Bevölkerung mit Grundnahrungsmitteln und Hygieneprodukten ein, sodass es in der ganzen Branche zu Lieferengpässen kam. Mitte März waren unsere Beschäftigten von einem auf den anderen Tag mehr als gefordert, die erhöhte Nachfrage bedienen zu können. Es war uns innerhalb weniger Tage gelungen, die Logistikkapazität deutlich zu erhöhen. Ich bin stolz und dankbar, dass unser Team diese Herausforderung so toll gemeistert hat. Gerne nutzen wir die von der Politik geschaffene Möglichkeit, unseren Mitarbeitern mit einer steuerfreien „Corona-Prämie“ Dankeschön zu sagen.
Die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs gewann und gewinnt unter der Pandemie an Bedeutung. Sichere Versorgung vor Ort, persönliche Ansprache oder gar ein Lieferservice – Beispiele auch in diesem Heft – haben unseren Kaufleuten einen Nachfrageschub beschert. Es bleibt zu hoffen, dass die Verbraucher auch über die Krise hinaus den Wert eines Dorfladens zu schätzen wissen. Wir beraten laufend neue Dorfladen-Projekte in der Gründungsphase; viele mussten zurückgestellt werden. Und doch durften wir einige Dorfläden, wenn auch unter erschwerten Bedingungen, zum Start verhelfen. Wir berichten in diesem Heft darüber.

Richtig hart getroffen hat die Krise andere Vertriebszweige. Kioske, gerade an Verkehrsknoten, spürten die deutlich reduzierte Kundenfrequenz und mussten teilweise sogar schließen. Campingplätze konnten erst Anfang Juni wieder öffnen. Der Kraftstoffabsatz an Tankstellen brach massiv ein und das Shop- und Bistrogeschäft war deutlich rückläufig. Glücklicherweise wurden die Tankstellenshops, gerade im ländlichen Raum, als Einkaufsquelle teilweise wiederentdeckt und die Bevorratung mit Tabakwaren bescherte manchem unserer Kunden einen nicht erwarteten Zuwachs. Mit der MCS haben wir eine Kampagne zu „Social Convenience“ gestartet, um die Verbraucher zu erreichen, die weniger unterwegs waren und noch sind. Gerne können Sie sich hierzu von der MCS-Homepage kostenlose Werbeideen einholen www.mcs.eu/social.

Richtig schwer gefallen ist uns die Entscheidung, die Frühjahrsmesse absagen zu müssen. Zumal wir sie erstmalig im erweiterten Logistikzentrum durchführen wollten. Ein Glücksfall war, dass wir die neuen Versandanlagen und insbesondere das neue Tabaklager mit der „Track & Trace-Technologie“ noch rechtzeitig Ende Februar in Betrieb nehmen konnten. Auch davon finden Sie im aktuellen Heft Eindrücke.

Es bleibt spannend, wie sich das Jahr unter der Corona-Pandemie weiterentwickelt. Wir werden wie immer alles daransetzen, unsere Kunden mit guten Lösungen und bestem Service zu begleiten.

Ihr Rainer Utz

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:
Lena Gaum
punkt.genau beraten

Gestaltung & Druck:
www.singer-media.com

NEUERÖFFNUNG WITZIGHAUSEN

(v.l.n.r.) Mirco Baier (Verkaufsberater Fa. Utz), Sabine Penski und Susanne Grössl (Geschäftsführerinnen), Karin Bräuer (IHK Schwaben) und Jens Schröder (Leitung Vertrieb und Marketing Fa. Utz).

Regionale Produkte werden separat vom Standardsortiment angeboten.

Das neue Jahr begann gut im Städtchen Witzighausen nahe Neu-Ulm: Der neue Dorfladen öffnete seine Pforten.

Von der Idee über die umfassende Prüfung bis zum selbst organisierten Innenausbau und der Eröffnung haben engagierte Bürger das Projekt weitgehend alleine gestaltet. Im Blick hatten sie dabei nicht nur die Nahversorgung mit heimischen Produkten, sondern auch die soziale Komponente. Denn wer an diesem schönen Fleckchen Mitbürger treffen oder ins Gespräch kommen möchte, kann sich ab sofort ins gemütliche Café setzen. Dies ist eine Neuerung, die gerade älteren und etwas weniger mobilen Einwohnern sehr entgegen kommt.

Die aktiven Organisatoren und Handwerker konnten und können dabei auf die finanzielle Unterstützung von 200 Haushalten zählen – eine stolze Summe in Witzighausen.
Einige bringen sich persönlich, andere finanziell ein. Eines gilt für alle gemeinsam: Ihnen gebührt großes Lob für so viel Engagement!

An frischen Vitaminen in der kalten Jahreszeit fehlt es nicht.

Eine reichhaltige Bedienungstheke rundet das Sortiment ab.

GENOSSENSCHAFT SICHERT NAHVERSORUNG

in Bad Boll

Die Durststrecke in Bad Boll in Sachen Nahversorgung ist beendet: Mitte Januar eröffnete eine eigens dafür gegründete Genossenschaft einen neuen Dorfladen, der Besorgungen auf kurzem Wege endlich wieder möglich macht.

Initiiert hatte dieses Projekt Bürgermeister Hans-Rudi Bührle nach Schließung von Lebensmittelmarkt und Naturkostladen im Sommer/Herbst 2019. Über 700 Anteile der Genossen wurden gezeichnet und so das Startkapital von mehr als 170.000 Euro bereitgestellt. Die Einrichtung wurde übernommen, das Geschäft von zahlreichen Helfern renoviert und die Regale in der Höhe gekürzt.

Verkaufsberater Bernhard Fiderer und sein Team hatten den Markt pünktlich zur Eröffnung bestückt. Den 5.000 Einwohnern werden nun auf 400 qm Handelsware und Naturkost angeboten. Das Sortiment von regionalen und gekühlten Produkten sowie Obst und Gemüse ist reichhaltig. Die Bäckerei Kauderer verkauft in der Vorkassenzone frische Backwaren. Zum Verweilen und Plaudern lädt eine gemütliche Café-Ecke ein.

Zur Eröffnung kamen zahlreiche Gäste und Beteiligte. Vorstand Jobst Kraus bedankte sich herzlich für den gemeinsamen Kraftakt und das gute Gelingen. Nach interessanten Redebeiträgen von Dr. Michael Roth (Genossenschaftsverband), Rainer Utz, Karin Stolz (Handels- und Gewerbeverein) und Rainer Dumschat (Aufsichtsratsvorsitzender) gab es gute Unterhaltung vom Musikverein Bad Boll sowie Sekt, Säfte und Snacks.

Wir bedanken uns bei den Verantwortlichen des Bad Boller Dorfladens für das entgegengebrachte Vertrauen und wünschen dem Genossenschaftsladen in der Bad Boller Ortsmitte viel Erfolg.

(v.l.n.r.) Verkaufsberater Bernhard Fiderer, Anette Herzberger und Ulrich Beck (Vorstände) sind stolz über die Eröffnung des Bad Boller Dorfladens.

Eine gemütliche Café-Ecke lädt zum Verweilen ein.

Der 400 qm Laden lässt keine Wünsche offen.

Ein umfassendes Angebot bietet der Dorfladen.

UMBAU DER MTB-TANKSTELLE

Saarbrücken

Moderner Shop mit Retro-Flair: Das kann entstehen, wenn ein historisches Tankstellengebäude komplett saniert und neu gestaltet wird. Jüngst geschehen in Saarbrücken, wo in die Zukunft der MTB-Tankstelle Zeit und Geld investiert wurde.

Die Tankstellenmarke MTB steht für mittelständische, familiengeführte Standorte. Insgesamt 40 Stationen im deutschen Südwesten gehören zum Netz der Nagolder Firma Fritz Wahr Energie.

In Saarbrücken wurde nun entlang der markanten Rundung des Gebäudes eine großzügige Verweilzone geschaffen, um das neue Snack- und Kaffeeangebot genießen zu können. Ein moderner Ladenbau mit neuer Kassenzone und Backshop, Shopgondeln und einem großen Getränkekühler ermöglichten eine attraktive Erweiterung des bisherigen Sortiments.

Wie wär's mit einem leckeren Snack und passenden Getränk in gemütlicher Atmosphäre?

Ein großes Sortiment an salzigen Snacks.

Mit Unterstützung von Patrick Wenk, Verkaufsleiter Convenience bei Utz, sowie seinem Kollegen Mirco Baier wurde der Shop nach individuellen Gesichtspunkten und neuesten Marktzahlen bestückt.

Wir bedanken uns für das Vertrauen und wünschen dem gesamten Team der MTB viel Erfolg und gute Umsätze.

Auch für Hitzköpfe erfrischend: das alkoholische Getränkesortiment im Retro-Stil.

Geschafft: das MTB-Team mit unserem Verkaufsleiter Convenience Patrick Wenk.

RAN IN WANGEN: RUNDUM MODERN

Auch bei Nacht ein echter Blickfang.

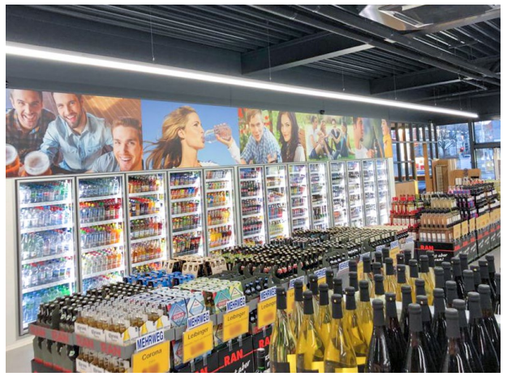
Eine Rundum-Modernisierung kann sich die Wangener RAN-Tankstelle auf die Fahnen schreiben – sie wurde im März nach fast einjähriger Bauzeit im neuen Look eröffnet.
Mit dem guten Ziel der „Nahversorgung für den mobilen Menschen" wurde sowohl die Tanktechnik mit nun 8 Zapfpunkten und einer Ad Blue Zapfsäule ausgestattet, als auch ein attraktiver Tankstellenshop errichtet.

Die Kunden erwarten hier einen großen Getränkemarkt mit einem breiten Sortiment vieler regionaler Lieferanten. Auch gekühlte Getränke gibt es in großer Auswahl. Wer deutsche, europäische oder internationale Weine sucht, wird in diesem Shop ebenfalls fündig, gerne auch mit Unterstützung des digitalen Weinberaters.

Mehrmals täglich bietet „BrotZeit & Kaffee" nun frisch gebackene Brötchen und Brezen, Snacks sowie süße Stückchen. Bei der Sortimentsgestaltung half unser Verkaufsleiter Patrick Wenk samt Kollegen.

Wir bedanken uns für das Vertrauen und wünschen Marco Scaturro und seinem Team alles Gute für die Zukunft und freuen uns auf die Zusammenarbeit.

Ein Blick in den Verkaufsraum.



Die Auswahl an Getränken lässt keine Wünsche offen.

Allgäu

TOTAL REGIONAL

Hof-Milch
AUS DEM ALLGÄU
SEIT 2016

GUATS VON UNS DOHUIM!

Wir stellen seit 2016 Milch- und Käsespezialitäten aus Allgäuer Heumilch in erstklassiger Qualität her und stehen für regionale, natürliche Produkte mit einer nachvollziehbaren Wertschöpfungskette.

DAS MACHT UNS BESONDERS:

- Die gesunde Ernährung unserer Kühe mit Gras, Kräutern und Heu sowie mindestens 120 Tage Weidegang
- Leckere Produkte aus bester Allgäuer Heumilch
- Die Nähe & Wertschätzung zu und von unseren Landwirten
- Nachhaltigkeit & Verantwortung für Mensch und Tier

Seid ihr auch auf den Heumilch-Geschmack gekommen?
Lernt unsere Produkte der Marken Hof-Milch und Allgäuländer kennen und überzeugt euch vom Geschmack unserer Heumilch-Spezialitäten.

GEMEINSAM FÜR DIE REGION – IM ALLGÄU DOHUIM.

Heumilch
EINFACH URGUT.

NEUSTART IN MITTELBUCH

Bettina Gruber mit ihrer Tochter freuen sich über die Neueröffnung.

Über 30 Jahre lang diente der Mittelbucher Dorfladen den Einheimischen zur Versorgung mit leckeren, regionalen Lebensmitteln. Als sich die Pächterin Ingrid Wohnhaas Ende Januar in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedete, hofften die Bürger auf einen baldigen Neustart.

Dieser kam schon kurz darauf dank Bettina Gruber. Die neue Pächterin stammt aus einer Bäckerfamilie und verfügt somit über viel Erfahrung im Einzelhandel. Ende April lud sie bereits zur Wiedereröffnung ein. Zuvor wurde der Laden von den Besitzern mit echter Liebe zum Detail renoviert. Die Freude bei den Kunden war sehr groß und das vielfältige Angebot wird sehr gut angenommen.

Wir wünschen Frau Gruber und ihrem Team viel Erfolg in Mittelbuch!

Der Dorfladen wurde mit viel Liebe zum Detail eingerichtet und dekoriert.

Die Auswahl an regionalen Produkten ist groß.

Wie neu: der Dorfladen von außen.

EIN (EINKAUFS-)PLUS FÜR MINDELZELL

Fleisch- und Wurstwaren von der Metzgerei Baur aus Ronsberg.

Ein tolles Obst- und Gemüseangebot lädt zum Einkaufen ein.

Unter dem schönen Motto „Für mehr Lebensqualität im Ort!“ eröffnete Ende Mai in Mindelzell ein neuer Dorfladen. Integriert in ein neues Mehrfamilienhaus punktet er mit seiner guten Lage im Herzen des Ortes. Da hier auch die Durchfahrtsstraße vorbeiführt, macht das Geschäft auch auf Auswärtige direkt einen einladenden Eindruck.

Zwar war diese Eröffnung überschattet von der Mundschutzpflicht und weiteren Auflagen, die die Corona-Krise mit sich bringt. Das bürgerschaftliche Engagement vieler Mindelzeller war aber dennoch herausragend. So ist es ihnen zu verdanken, dass innerhalb kürzester Zeit die erforderliche finanzielle Grundausstattung über Anteile gezeichnet werden konnte.

Denn der Dorfladen wurde in vielen Arbeitsgruppen gemeinsam entwickelt und in unzähligen Einzelprojekten Schritt für Schritt umgesetzt. Das reichhaltige Sortiment von Waren des täglichen Bedarfs, die vielen Frischeprodukte wie Obst und Gemüse, Fleisch-, Wurst-, Brot- und Backwaren sowie Käse frisch vom Laib lassen keine Wünsche offen. Ebenso wurde bei der Sortimentsgestaltung sehr auf regionale Anbieter geachtet.

Die gemütliche Café-Ecke im Eingangsbereich lädt zum Verweilen und Plaudern ein. Wer möchte, kann seine Kaffeespezialität auch auf den Sitzgelegenheiten vor dem Markt genießen.

Wir gratulieren dem Organisationsteam und den Mitarbeitern herzlich zu diesem gelungenen Objekt und freuen uns auf eine gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit!

(v.l.n.r.) Gisela Pfannenstiel (Beirätin), Petra Miller (Beirätin), Alexandra Keisinger (Marktleiterin), Christian Striegl (Fa. Utz), Gebhard Wagner (DL-Netzwerk),Georg Schmid (Geschäftsführer), Peter Walburger (Bürgermeister).

Der Dorfladen ist schön integriert in einem Mehrfamilienhaus.

MEHR PLATZ UND KOMFORT IN DER BÄCKEREI

Huber in Berkheim

(v.l.n.r.) Martin und Teresa Huber mit ihren Kindern Luis und Emma sowie Maria und Georg Huber.

Das Backwarensortiment der Bäckerei Huber lässt keine Wünsche offen.

Seit über 115 Jahren versorgt die Berkheimer Bäckerei und Konditorei Huber die Region mit feinen Broten, knackigen Brötchen und leckeren Kuchen. Nun eröffnete sie ihren neu gestalteten Verkaufsbereich, der den Gästen noch mehr Platz in schönem Ambiente bietet.

Zukünftig führen Martin und Teresa Huber das Familienunternehmen – in vierter Generation. Die Bäckerei Huber steht für anspruchsvolles Bäckerhandwerk und nutzt dabei traditionelle Rezepte. In ihrem Laden bekommt man alle Produkte des täglichen Bedarfs. In neuen Regalen lachen die Kundschaft frisches Obst und Gemüse an, viele Frische- und Tiefkühlartikel sind in neuen Kühlmöbeln untergebracht.

Die Raumbeleuchtung trägt zur guten Atmosphäre in der Bäckerei spürbar bei. Gerne verweilt man hier bei Kaffee und Kuchen.

Bereits im Jahr 2009 wurde der Laden „Shop des Jahres“ in der Kategorie „Kleinfläche“. Auf neue Erfolge und viele zufriedene Kunden hoffen die Hubers nun auch nach der Erweiterung. Schon jetzt sorgen das gute Sortiment und die freundliche Raumbeleuchtung für ein freundliches Ambiente. Ein kurzer Plausch bei Kaffee und Kuchen ist hier jederzeit willkommen.

Wir wünschen der ganzen Familie Huber alles Gute und weiterhin eine angenehme Zusammenarbeit.

Die Café-Ecke lädt zum Verweilen ein.

Das frische Obst und Gemüse runden das Sortiment ab.

WIR GRATULIEREN

GLÜCKWUNSCH AN „GRÜEZI AUF DER ALB“!

Lebensmittel, Molkereiprodukte und frische Backwaren von der Bäckerei Hanner. Außerdem Wurst von der Metzgerei Locher und hausgemachte Produkte aus der eigenen Ziegenzucht – all das bietet Jeannine Ott nun seit fünf Jahren in ihrem “s’Lädeli“ in Steinhilben.

Nun lud sie im Trochtelfinger Teilort zum Jubiläum und bot ihrer Kundschaft tolle Knüller und echte Feierlaune. In ihrem Nahversorgerladen mit 50 qm bietet sich stets eine nette Gelegenheit zum Kaffeetrinken. Und neben den vielen regionalen Produkten hat Jeannine Ott leckere Spezialitäten aus ihrer Schweizer Heimat im Sortiment. So gehören neben „s’Käfli“ und einem herzlichen „Grüezi“ auch feine Schokolade, Kekse und Pralinen von den Eidgenossen zum Charme ihres Geschäfts.

Wir wünschen Jeannine Ott und Ihrem Team alles Gute zum 5-Jährigen und bedanken uns für die gute und freundliche Zusammenarbeit.

Verkaufsberater Bernhard Fiderer überbringt in Zeiten von Corona mit Abstand die besten Glückwünsche für ein halbes Jahrzehnt an die Inhaberin Jeannine Ott.

10 JAHRE DORFLADEN HALDENWANG

In Haldenwang gab es kürzlich einen guten Grund zum Feiern: Der Dorfladen blickte stolz auf sein 10-jähriges Bestehen.

Als der Laden im Februar 2010 seine Türen öffnete, hatte man vor allem die Versorgung der Gemeinde mit Produkten des täglichen Bedarfs vor Augen. Seitdem hat er sich zum beliebten Treffpunkt und zur Einkaufsquelle für regionale Produkte entwickelt. So beinhaltet das Sortiment neben Brot- und Backwaren vom örtlichen Bäcker auch täglich frisches Obst und Gemüse.

„Einkaufen, wo wir zu Hause sind“, das tun die Haldenwanger seit zehn Jahren aus Überzeugung. Die Erfolgsgeschichte des Geschäfts wurde nun anlässlich des Jubiläums mit einer großen Palette an Aktionspreisen und extra angefertigten Präsenten gefeiert.

Wir freuen uns, dass wir dieses Projekt von Anfang an begleiten durften und wünschen dem ganzen Dorfladen-Team unter der Leitung von Rosi Prinz weiterhin viel Erfolg und eine gute Zusammenarbeit.

(v.l.n.r.) Verkaufsberater Christian Striegl sowie das gesamte Dorfladen-Team freut sich über das 10-jährige Bestehen.

Jeder Kunde erhielt am Jubiläumswochenende ein kleines Präsent überreicht.

150-JÄHRIGES JUBILÄUM IN KRESSBRONN

Eigentlich gibt es diese Art von Laden heute nur noch in Bilderbüchern und Erzählungen von früher: 150 Jahre alt, geführt in der vierten Generation, gewappnet durch wirtschaftliche und politische Krisen. Und erst einmal das Sortiment: Neben den Grundnahrungsmitteln finden sich in den Regalen auch Eisen-, Haushalts-, Spiel-, und Porzellanwaren.

Genau so darf man sich den Nahversorger „Mathias Gruber“ in Kressbronn vorstellen. Gerade hat dieser sein 150. Bestehen gefeiert.

„Selbstverständlich hat sich das Kaufverhalten der Kunden in diesen vielen Jahren geändert“, so sagt Eleonore Gruber. Mit Corona gebe es nun wieder mal eine Zeit, die vieles auf den Kopf stellt. „Mehr denn je schätzen unsere Kunden nun das Einkaufen vor Ort. Auch wird derzeit wieder viel mehr selbst gekocht und gebacken!“ erzählt die Chefin.

Zum Jubiläum gab es in Kressbronn glückliche Gesichter und zufriedene Kunden. Die Firma Utz wünscht den Grubers auch für die nächsten Jahrzehnte alles erdenklich Gute!

Eleonore Gruber freut sich über die Glückwünsche von Rainer Utz.

NEUE PARTNER
im Einzelhandel

Im 1. Halbjahr 2020 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!

WIR GRATULIEREN

VERGELT'S GOTT, LIEBE FRAU DAIBER!

Die Corona-Pandemie hat so einiges in unserer Gesellschaft auf den Kopf gestellt oder gar Pläne durchkreuzt. So auch die von Hildegard Daiber, ihr Lebensmittelgeschäft in Ringschnait „nicht jetzt, sondern irgendwann“ altershalber zu schließen.

Die aktuelle Lage hat dies leider schneller als gedacht Wirklichkeit werden lassen. Dabei kennt in Ringschnait nun wirklich jeder die umtriebige Hildegard Daiber – ob Alt oder Jung, ob Groß oder Klein.
Ihr Lädele bot 61 Jahre lang alles für den täglichen Bedarf: Dort gab es neben einem breiten Lebensmittel-Sortiment Backwaren der Bäckerei Grieser und Wurstwaren der Metzgerei Koch ebenso wie Eier vom Hühnerhof Beutel und Honig der Imkerei Schad. Somit bot sie ein kleines, aber feines Sortiment mit Produkten vieler regionaler Lieferanten.

Die Firma Utz hat zu Hildegard Daiber eine besonders enge Verbindung, da diese beim Unternehmensgründer, dem Großvater unseres heutigen Inhabers, „Martin Utz zum Lamm“ als 15-jähriges Mädchen eine Ausbildung absolvierte. Nach der Ausbildung war sie zudem noch einige Jahre bei Max Utz, dem Onkel des heutigen Firmeninhabers Rainer Utz beschäftigt.

Hildegard Daiber vor ihrem Lebensmittelgeschäft in Ringschnait.

Hildegard Daiber ist eine unserer langjährigsten Kundinnen. Dafür bedanken wir uns ganz herzlich! Für den neuen Lebensabschnitt wünschen wir Ihnen, liebe Frau Daiber, alles erdenklich Gute.

FÜR SIE ZUSAMMENGETRAGEN

Quelle: Sprit+ 3.2020

Text: Julia Richthammer, Fotos © Südramol

IN RESTAURANTQUALITÄT: RAN NEUSÄSS

In Neusäß wählen die Gäste zwischen Pizza und Pasta, Backwaren und gesundem Essen von Mary Lou.

Die RAN-Tankstelle in Neusäß bei Augsburg verfügt seit November 2019 über einen Foodcourt mit drei Clip-in-Konzepten. Die Gäste wollen inzwischen sogar Tische reservieren.

Egal, ob auf der Konferenz Snack, bei der NACS oder auf Messen, ein Trend wiederholt sich beständig in der Außer-Haus-Verpflegung: gesündere Ernährung mit frischen Zutaten. Somit liegt das neue Bistrokonzept Mary Lou des schwäbischen Mittelständlers Südramol genau richtig mit seiner Ausrichtung: Am hauseigenen Test- und Forschungsstandort, der RAN- Tankstelle in Neusäß bei Augsburg, können sich die Kunden zwischen zwölf Salat-Bowls fünf Currys und fünf Suppen entscheiden. „Wir betreiben schon seit mehr als zehn Jahren Gastronomie an unseren Tankstellen“, erzählt Geschäftsführer Matthias Doll. Den Anfang, auch in Neusäß, machte ein Pizza-Angebot, danach folgte ein Backshop, schließlich Pasta als Ergänzung zur Pizza. Irgendwann stellte der Unternehmer fest: Das herzhafte Angebot ist umfangreich, wer sich richtig satt essen möchte, wird bei Südramol auf jeden Fall fündig. „Uns war es wichtig, unser Angebot für Menschen zu erweitern, die Wert auf gesundheitsbewusste Ernährung legen“, ergänzt der Geschäftsführer. Möglichkeiten dafür gibt es viele, aber welche funktioniert?

Doll und sein Team benötigen Inspiration und reisten in die irische Hauptstadt Dublin. An einer Maxol-Tankstelle entdeckten sie ein Foodcourt-Konzept, das ihnen lange im Kopf bleib. „Dort gab es vier, fünf verschiedene Clip-ins, eines davon mit gesunden Bowls. Da standen während des Mittagsgeschäfts fünf Gäste beim Burgerladen, fünf bei den Sandwiches und bei den Bowls 20. Aber nicht, weil es so langsam ging, sondern weil die Nachfrage so groß war“, erinnert sich Doll. Das Gesehene überzeugte. Aus Irland brachte das Team die Salatidee mit, die es zurück in Deutschland um die Currys und die Suppen erweiterte. Der Hintergedanke dabei war, dass man mit Salat vor allem die Sommerzeit abdeckt, während die Gäste im Winter lieber etwas Warmes essen.

Marke Eigenentwicklung

Sobald die Richtung einmal feststand, ging es in die Entwicklung. Die Ausrichtung, alle Rezepte und der Name stammten aus eigenen Ideen. Vor allem die Namenfindung entpuppte sich als komplizierter als gedacht. Jedes Teammitglied brachte drei Vorschläge ein, schrieb sie anonym auf Kärtchen und pinnte sie an eine Wand. Zur Bewertung durfte jeder fünf Punkte vergeben, auch für persönliche Vorschläge. Die zehn beliebtesten Namen durchliefen eine Copyright- und Domainprüfung. Nur drei blieben übrig, deren Domain noch frei und die schützbar waren. Mary Lou, einer der Vorschläge von Doll, machte das Rennen. Der Name ist angelehnt an seine fünfjährige Tochter Marie Lou, die die Hommage mit diesen Worten quittierte: „Papa, ich mag ein Gummibärchen.“ Vermutlich dauert es noch ein paar Jahre, bis sie die Freude des Teams an der Kreation teilt.

Neben der Eigenentwicklung setzt man bei Südramol auf die Zusammenarbeit mit kleineren regionalen Manufakturen für die Soßen, also Salatdressings und Pizzasoße. Diese fertigen die Soßen nach den Rezepten des Tankstellenunternehmens. Doll empfindet die Zusammenarbeit auf Augenhöhe zwischen Mittelstand und Mittelstand als sehr positiv. Daneben spielt Nachhaltigkeit eine große Rolle: Alle Verpackungen sind als umweltfreundlich zertifiziert und biologisch abbaubar, die Dressings in Glasflaschen abgefüllt, die eigens mit dem Mary-Lou-Logo gebrandet wurden. So zieht sich der Gesundheits- und Nachhaltigkeitsgedanke durch die ganze Theorie des Konzepts.

Zwei Monate Umbau

Nach der Konzeptionierung des theoretischen Gerüsts galt es, in der Station in Neusäß praktische Änderungen durchzuführen. Letztlich dauerte der Umbau zwei Monate, während derer der Gastronomiebereich geschlossen war. Der Tankstellenbetrieb konnte normal weiterlaufen. Einfach nur eine neue Theke einzubauen, reichte nicht aus. Für das Mary-Lou-Modul verlängerte man die Theke, die statt 15 Metern nun 18 Meter lang ist. Dafür musste der Sitzbereich etwas komprimiert und um fünf Sitzplätze verkleinert werden. Neben Mary Lou wurde eine Pastastation eingefügt, für die eine Belüftungsanlage eingebaut werden musste. Darüber hinaus benötigte man größere Nebenräume und mehr Lagerplatz für die frischen Zutaten der Salatbowls. Ein Ziel beim Umbau der hinteren Räume: „Auf der Vorderseite haben wir einen sehr langen Weg. Hinten wollten wir die Wege kurz halten, damit man da keine Zeit verschwendet“, erklärt Verkaufsförderer Stefan Schondelmaier.

Die Zeitersparnis für den Kunden ist eines der zentralen Ziele bei Südramol. „Die Leute wollen, dass wir ihnen neben den Produkten, die sie kaufen, Zeit schenken“, ist Doll überzeugt. Die Station liegt im Gewerbegebiet und die Arbeitnehmer, die in der Mittagspause kommen, sollen nich den Großteil ihrer Pause mit Warten verbringen müssen. Deshalb ist das Handling für die Mitarbeiter möglichst einfach und die Zubereitungszeit möglichst kurz. Die vorgebackene Pizza fertig zu backen dauert beispielsweise keine zwei Minuten.

Daneben legt der Geschäftsführer Doll Wert auf gleichbleibende Qualität, Atmosphäre und Freundlichkeit. Übung macht den Meister, auch bei diesen Zielen. Deshalb luden Doll und sein Team zehn Tage vor der offiziellen Eröffnung am 13. November 2019 die eigene Belegschaft und die umliegenden Firmen zu einem Testlauf ein. Dabei konnten die Mitarbeiter die Abwicklung mit allen drei Modulen üben und die Nachbarn das neue Angebot kennenlernen.

Ein Tisch für zwei, bitte

Die Mühe schien sich gelohnt zu haben. Doll und Schondelmaier sind zufrieden mit den ersten Monaten. Die Erwartungen, die sie an die Anfangsphase hatten, haben sich sogar übererfüllt. Vor allem das starke Abendgeschäft überrascht die beiden: „Die Gäste nehmen es als Restaurant wahr, nicht als Tankstelle“, betont Schondelmaier. „An den Weihnachtstagen hatten wir sogar Anfragen, ob man einen Tisch reservieren kann.“ Er führt die große Zustimmung zurück auf zwei Faktoren: zum einen das Interieur im Gastraum mit einer deutlichen Abtrennung zum Tankstellenbereich, viel Holz und warme Farben. Zum andern die Produktvielfalt und –qualität. Das spiegele für den Kunden eine Hochwertigkeit wieder, die sich auf seine Wahrnehmung auswirkt. So seien viele Stammkunden, von denen die Station lebt, früher nur zum Kaffeetrinken gekommen, inzwischen essen Sie auch etwas.

Für Doll bestätigt die gastronomische Entwicklung sein Grundcredo: „Wir sind immer schon gut gefahren, wenn wir nicht zu zurückhaltend waren.“ Das betrifft das Waschgeschäft, wo er auf große Waschstraßen statt Portalwaschanlagen setzt, ebenso wie die Größe der Südramol-Standorte mit meist mehr als 4.000 Quadratmetern Fläche. Für das Bistro bedeutet das: „Wir wollen ein großzügiges Angebot machen und Kompetenz zeigen. Sonst lassen wir es gleich.“ Die ausgestrahlte Kompetenz ist groß, dass Doll schon etliche Nachfragen von potenziellen Franchise-Nehmern hatte. Ganz so weit ist das Konzept noch nicht: „Wir wollen für uns die Systemreife haben, erprobte Betriebswirtschaftlichkeit und ein händelbares System.“ Sobald das erwiesen ist, ist es aber durchaus möglich, dass Mary Lou auch außerhalb der schwäbischen Südramol-Welt ihre Pforten öffnet.

Eckdaten RAN-Tankstelle Neusäß

Baujahr Gebäude:	2015
Umbau:	September bis November 2019
Öffnungszeiten:	Mo.– Sa. von 5 bis 24 Uhr So. von 7 Uhr bis 24 Uhr
Fläche Shop:	180 Quadratmeter
Fläche Bistro:	240 Quadratmeter
Sitzplätze:	80 innen, 50 außen
Parkplätze:	42

(v. l.) Geschäftsführer Mathias Doll, Restaurantleiter Giuseppe Marti und Verkaufsförderer Stefan Schondelmaier freuen sich über den Erfolg.

Quelle: 24|7 Leserservice Aral 05/06 2020

Fotos: Michael Haggenmüller

SHOP STATT SOFA: GUM AUGSBURG

Theresia Gum arbeitet auch mit 80 Jahren in ihrer Aral Tankstelle.

Außenansicht der Tankstelle.

Seit 56 Jahren besitzt Theresia Gum eine Aral Tankstelle in Augsburg. Auch mit 80 möchte sie keineswegs aufhören und bedient mit Freude schon früh am Morgen ihre Kunden.

Wenn sie ein Alter von 80 Jahren erreicht haben, denken die meisten Menschen an vieles, jedoch nicht mehr an eine reguläre Arbeit. Theresia Gum ist da anders. Sie steht jeden Morgen schon früh in ihrer Aral Tankstelle, um im Bistro alles für die Kunden vorzubereiten. Zu diesen zählen nicht nur Privatleute, sondern auch Firmen. „Unsere belegten Brötchen sind sehr beliebt. Die umliegenden Autohäuser und Unternehmen bestellen regelmäßig ganze Platten für Mitarbeiter und Kunden“, erklärt Theresia Gum. Neben Backwaren bietet sie auch warme Snacks wie Würstchen, Pizza und Schnitzel an. Diese können Gäste sogar in der Mini-Gaststätte „Gums Bistro“ bei einem Bier verzehren, denn Frau Gum verfügt über eine Schanklizenz.

Per Zufall zur Aral Partnerin

Erbaut wurde die Station 1964 von Theresia Gum und ihrem Ehemann Werner. Aral Partner waren die gelernte Hotelfachfrau und der Kfz-Meister ein Jahr zuvor durch einen Zufall geworden. „Ich arbeitete damals im Gasthaus meiner Eltern. Eines Tages erkundigten sich zwei Mitarbeiter des damaligen Benzol-Verbandes nach einem passenden Grundstück für eine geplante Tankstelle. Ich schlug ihnen mein eigenes vor. Aber anstatt es nur zu verkaufen, errichteten und betrieben wir die Station selbst“, erinnert sich Theresia Gum. Im Laufe der Jahre wurde die Tankstelle durch mehrere An- und Umbauten vergrößert. So verfügt sie heute neben einem großen Verkaufsraum über eine Waschhalle, eine Lagerhalle, das Bistrolokal sowie zwei Wohnungen über dem Shop. Eine bewohnt Theresia Gum, die andere ihr älterer Sohn Thilo mit Familie. Er betreibt eine Autovermietung nur wenige hundert Meter weiter – im ehemaligen Autohaus, das sein Vater 1986 gründete und parallel zur Tankstelle führte. Sohn Werner junior stieg 1998 mit 24 Jahren ebenfalls ins Tankstellengeschäft ein. Einige Jahre unterstützte er seine Eltern an zwei weiteren, gepachteten Aral Stationen in Augsburg und Odelzhausen. Diese gab die Familie aber wieder ab.

Nach dem Tod des Vaters 2014 ist Werner Gum junior Aral Partner an der Eigentümer-Station. Theresia Gum kümmert sich vorwiegend um das Bistro und bedient die Kunden, die sie oftmals persönlich kennt. An Ruhestand denkt sie keinesfalls. Anlässlich ihres 80. Geburtstages erhielt sie an der Tankstelle nicht nur Besuch von Aral Bezirksleiter Thomas Mohl, sondern auch von Familie, Freunden und Stammkunden. Scherzhaft äußerte sie einen besonderen Geburtstagswunsch: „Hoffentlich wird mein Arbeitsvertrag nochmal verlängert.“ Sohn Werner kam dieser bescheidenen Bitte nur allzu gerne nach. Theresia Gum arbeitet auch mit 80 Jahren in ihrer Aral Tankstelle.

WENN DIE MASKE UNSEREN ALLTAG BEHERRSCHT...

Quelle: Schwäbische Zeitung 03/2020

Redakteur: Tobias Rehm, Foto: Lorenz Bee

LEBENSMITTEL-GROSSHÄNDLER IM INTERVIEW

„So etwas habe ich noch nie erlebt“

Die Lebensmittelbranche im Fokus: Seit Tagen kursieren im Netz und in den Medien Bildern von leergekauften Regalen und vollbeladenen Einkaufswagen, Toilettenpapier wird in Zeiten der Corona-Krise zur Mangelware. Die Firma Utz Lebensmittel Großhandel aus Ochsenhausen beliefert in Baden-Württemberg und Bayern Hunderte Lebensmittelgeschäfte, Bäckereien, Metzgereien, Kioske, Tankstellenshops und Getränkemärkte. „Bis zuletzt konnten uns die Lieferanten gut beliefern“, betont Firmenchef Rainer Utz im Gespräch mit Tobias Rehm. Utz erteilt zudem Spekulationen, dass die Versorgung zusammenbrechen könnte, eine klare Absage und erklärt, inwiefern Läden auf dem Dorf von der derzeitigen Situation profitieren.

„So etwas habe ich noch nie erlebt“, sagt Rainer Utz, Geschäftsführer der Firma Utz Lebensmittel, zur aktuellen Lage im Lebensmittelhandel.

Herr Utz, wie nehmen Sie die derzeitige Lage im Lebensmittelhandel wahr?
Wir fahren aktuell natürlich unter Volllast. Wir haben Fahrzeuge sowie Personal angemietet und sind in der glücklichen Situation, dass unser neues Logistikzentrum Ende Februar fertiggestellt wurde und dieses jetzt als Lagerfläche genutzt werden kann.

In welchen Bereichen verzeichnen Sie eine steigende Nachfrage?
Die Leute kaufen viel Toilettenpapier sowie Frisch- und Trockenhefe. Ab dieser Woche bekommen wir das Toilettenpapier zugeteilt, es scheint hier bei den Kunden keine Sättigung einzutreten. Außerdem verzeichnen wir bei der Tiefkühlkost eine deutlich steigende Nachfrage. Dies gilt auch für Konserven und allgemein für Artikel aus dem Hygiene-, Wasch- und Reinigungsbereich. Außerdem werden Tabakwaren gehamstert. Süßwaren werden hingegen deutlich weniger verkauft, bei den Getränken liegen die Umsätze leicht über dem Vorjahr.

Manch einer scheint einen Engpass bei der Lebensmittelversorgung zu befürchten. Teilen Sie diese Befürchtung?
Nein. Für Spekulationen, dass die Versorgung zusammenbrechen könnte, gibt es absolut keinen Anlass. Bislang waren unsere Lager gut gefüllt. Bis zuletzt konnten uns die Lieferanten gut beliefern. Mittlerweile stellen wir aber schon fest, dass der Nachschub bei bestimmten Produkten aus den benachbarten europäischen Ländern etwas stockt. Teilweise haben auch inländische Hersteller zunehmend Probleme, genügend Rohstoffe in der Kürze der Zeit zu beschaffen.

Sind Ihre Lastwagen nun deutlich öfter unterwegs als noch vor ein paar Wochen?
Wir liefern immer bedarfsgerecht, je nach Kunde zwischen ein und fünf Mal in der Woche. Aber wir merken natürlich, dass die Kunden mehr und häufiger bestellen. Am Montag haben wir 50 Prozent mehr ausgeliefert als sonst üblich.

Profitieren die Dorfläden in besonderem Maße von der aktuellen Lage?
Man kann schon feststellen, dass die Kunden den Laden auf dem Dorf wieder entdeckt haben und merken, dass sie dort auch das komplette Sortiment bekommen. Hier gibt es eine deutlich höhere Nachfrage in der Nahversorgung. Wir hoffen, dass sich die Kunden auch nach der Krise noch an den Dorfladen erinnern. Zumal hier viele Besitzer sehr kreativ sind, indem sie beispielsweise einen Heimlieferservice anbieten. Auf der anderen Seite beliefern wir aber auch Kioske unter anderem in Bahnhöfen, die jetzt teilweise schon geschlossen sind. Auch viele Tankstellenshops reduzieren ihre Öffnungszeiten. Der Absatz wird hier logischerweise deutlich zurückgehen.

In der aktuellen Phase brauchen Sie jeden einzelnen Mitarbeiter. Wie schützen Sie diese vor einer möglichen Infektion?
Das stimmt, wir haben eine wichtige Versorgungsfunktion und müssen schlagkräftig bleiben. Wie überall haben auch wir vorsorglich Mitarbeiter in Quarantäne geschickt. Dies hat zur Folge, dass jeder zweite Arbeitsplatz frei bleibt. Ansonsten haben wir alle möglichen Vorsorgemöglichkeiten getroffen. Wir schauen, dass nicht mehr so viele Mitarbeiter in einem Raum sitzen, Mitarbeiter mit Schlüsselpositionen sind im Home Office. Der Außendienst ist seit zehn Tagen nicht mehr im Einsatz. Sowohl Außendienstmitarbeiter als auch teilweise Verwaltungsmitarbeiter helfen derzeit im Lager aus.

Abschließend noch eine kurze Einschätzung: Haben Sie eine Situation in Ihrer Branche schon einmal erlebt?
Nein. Ich bin seit mehr als 40 Jahren in diesem Geschäft. Aber so etwas habe ich aber noch nie erlebt.

Quelle: tankstellenWelt 2020(5)
Text: Rainer Wiek, Foto: MCS

MCS SETZT AUF DEN VIRTUELLEN SHOP-BERATER

Torsten Eichinger.

Weil der persönliche Kontakt derzeit kaum möglich ist, will Convenience- Spezialist MCS den Tankstellen-Shop-Betreibern mit verstärkter Online-Beratung durch die Corona-Krise helfen. Vor einigen Wochen seien seine Sorgenfalten für das Shop-Geschäft an Tankstellen noch deutlich größer gewesen, sagt Torsten Eichinger, Geschäftsführer des Convenience-Spezialisten MCS. Die Furcht, dass die infolge der Corona-Pandemie verordnete Bewegungsfreiheit nicht nur die Kraftstoffabsätze, sondern auch die gesamten so genannten „Nebengeschäfte“, also Waschen und Shop, komplett mit nach unten ziehen würde, war groß.

Doch inzwischen zeigt sich, dass die Menschen – selbst wenn sie weniger Benzin und Diesel benötigen – dennoch ein ums andere Mal auf die Station kommen, um im Shop einzukaufen oder den Wagen zu waschen. Natürlich seien mit der gesunkenen Besucherfrequenz auf der Tankstelle die Umsätze in allen Bereichen insgesamt geschrumpft, aber es gebe sie eben noch. Mancher Tankstellenbetreiber berichtet gar von einem „echten Ostergeschäft“.

Für den Moment ist MCS-Chef Eichinger also weniger pessimistisch als zu Beginn des Lockdowns, auch, weil dieser nun langsam gelockert werden soll. Gleichwohl sind die Herausforderungen für die Tankstellenbranche immens, der Beratungsbedarf, insbesondere was das Shop-Geschäft betrifft, groß.

„Wir müssen und werden unser Informationsangebot an die Tankstellen deshalb kräftig ausbauen, massiv mit Tipps und Tricks hinaus in den Markt gehen“, sagt Eichinger gegenüber der tankstellenWelt. Das Problem: Unter den Kontaktbeschränkungen leide auch die gerade im Tankstellengeschäft so wichtige persönliche Beratung. Diese finde derzeit nur über das Telefon statt, „verständlicherweise nicht mit der gleichen Qualität wie vor Ort“, so Eichinger: „Der Außendienst fehlt uns jetzt einfach.“ Deshalb werde MCS sein digitales Infoangebot weiter ausbauen. „Wir werden ab sofort noch viel stärker mit dem virtuellen Shop-Berater arbeiten“, kündigt Eichinger an. In Videos – abzurufen über News Feeds, die MCS-Homepage sowie die verschiedenen Social Media-Kanäle – will MCS über die richtige Sortimentsarbeit oder das Warengruppenmanagement informieren. Das Ganze in kurzer und knapper Form, jederzeit anzusehen übers Smartphone.

Ein erstes Ergebnis dieser Überlegungen ist ein Video, das MCS für die Tankstellenbetreiber produziert hat und mit dem diese dem Autofahrer in gerade einmal 30 Sekunden zeigen können, wie groß die Sortiments- und Dienstleistungsauswahl eines Tankstellenshops sei. Unter „#AllesaneinemOrt“ können Tankstellenbetreiber das Video bei MCS herunterladen und direkt in ihre eigenen Social-Media-Aktivitäten einbinden.

„Unsere Marktforschung und das Category Management haben sich aber auch darüber hinaus einiges einfallen lassen“, betont Eichinger. Die Tankstellenbetreiber ermutigt er, die Möglichkeiten des Social-Media-Marketings viel stärker für sich zu nutzen. „Seien Sie kreativ und veranlassen Sie Ihre Follower, regelmäßig auf Ihrer Seite vorbeizuschauen.“ Gerade im Netz ließe sich über aktuelle Angebote oder spezielle Aktivitäten informieren. Auch für Vorbestellungen seien die eigenen Online-Kanäle ideal. „Damit verkürzen Sie die Aufenthaltsdauer Ihrer Kunden im Shop und bieten einen Service, der den Kunden vielleicht gerade jetzt die Angst vor zu kleinen Verkaufsräumen nimmt.“ Auch hier habe MCS für Shop-Betreiber unterschiedliche Vorlagen für Bilder und Videos parat.

Quelle: tankstelle 05-2020
Text: Alfred Kirst, Foto: Utz

5 FRAGEN AN RAINER UTZ

Das Familienunternehmen Utz Lebensmittelgroßhandel setzt in Zeiten der Corona-Krise verstärkt auf Kommunikation.

1. Herr Utz, gehören Sie als Lebensmittel-Logistiker zu den wenigen, die von der Corona-Krise nicht negativ beeinflusst werden. Profitieren Sie im Moment sogar?

Diese Fragestellung ist so leider nicht zutreffend. Bereits ab Kalenderwoche 13 hatten Kioske an den Bahnhofsstandorten geschlossen. Unsere Tankstellenkunden verzeichnen starke Rückgänge in der Frequenz. Nur in der Belieferung von Dorfläden ist tatsächlich mit Beginn der Kalenderwoche 13 die Nachfrage angestiegen. Die Vorteile einer wohnortnahen Einkaufsmöglichkeit haben viele Verbraucher wieder neu zu schätzen gelernt; hoff en wir, dass dieser Trend auch in der Zeit nach Corona anhält.

2. Im März wollten Sie Ihr neues, modernes Logistikzentrum eröffnen. Was führte zum Bau des neuen Logistik-Zentrums?

Es war in der aktuellen Phase ein echter Glücksfall, dass wir eine zusätzliche Fläche von 2.500 Quadratmetern und neun weitere Tore in Betrieb nehmen konnten. Die Pläne hatte ich schon einige Jahre in der Schublade; letztlich hat die Umsatzentwicklung der vergangenen Jahre die Erweiterung notwendig gemacht. Insbesondere die Warenbereitstellung für den Versand war an der Kapazitätsgrenze; für eine effiziente Track & Trace-Abwicklung bei Tabakwaren haben wir ein komplett neues System installiert.

3. Sie beliefern unter anderem 250 Tankstellen-Shops. Hat sich etwas an Bestellverhalten und Sortimenten geändert?

Das Spritgeschäft und die Bistroumsätze sind an den Tankstellen teils massiv eingebrochen; die Entwicklung differiert aber je nach Standort. Demzufolge sind auch die Shopumsätze in unterschiedlichem Umfang rückläufig. Zu Beginn der Corona-Krise haben wir einen Anstieg bei Tabakwaren festgestellt; offensichtlich wurde auch hier „gehamstert“. Tabakwaren bewegen sich wieder auf normalem Niveau, und ich habe den Eindruck, dass aktuell neben dem Bistrogeschäft auch Süßwaren weniger nachgefragt werden.

4. Wie entwickelt sich in der jetzigen Krisenzeit die Zusammenarbeit mit MCS?

Unsere regelmäßigen Tagungen finden derzeit alle nur virtuell statt. Der Austausch hat sich aber deutlich intensiviert und die mittelständischen Großhandlungen sind in der Krise enger zusammengerückt. Die MCS hat in der zurückliegenden Zeit einen hervorragenden Job gemacht in der Unterstützung unserer Kunden auf allen Ebenen von Social Media. Diese Kanäle werden jetzt von unseren Kunden zunehmend professionell bespielt, um die Verbraucher zu erreichen, die jetzt nicht oder nicht mehr so oft den Shop frequentieren.

5. Mit welchen Gefühlen blicken Sie in die Zukunft?

Für die nahe Zukunt überwiegt bei mir die Skepsis, keine Frage. Grundsätzlich bin ich jedoch zuversichtlich, dass sich in absehbarer Zeit die Verhältnisse normalisieren. Wir kommunizieren aktuell viel mit unseren Kunden und versuchen, Engpässe in manchen Warengruppen bestmöglich zu kompensieren. Ich habe schon den Eindruck, dass unsere Kunden diese Zusammenarbeit auch gerade in der Zukunft honorieren werden.

Quelle: Schwäbische Post 03/2020

Redaktion: Ulrike Schneider, Foto: opo

„UM´S ECK“ BIETET LIEFERSERVICE

Jutta Grieser, Geschäftsführerin des Ebnater Dorfladens „Um´s Eck“, packt Waren in eine Tüte. Die Kunden können den ganzen Tag über individuelle Bestellungen aufgeben. Ausgefahren werden sie am Nachmittag.

Corona – der Ebnater Dorfladen bringt Lebensmittel und andere Dinge des täglichen Bedarfs direkt ins Haus. Wie der neue Lieferservice entstanden ist und wie er funktioniert.

Aalen-Ebnat

Einen besonderen Dienst bietet ab sofort der Ebnater Dorfladen „Um´s Eck“. Für Ebnat, Waldhausen und deren Teilorte. Jutta Grieser und Petra Traub liefern in Zeiten der Coronakrise Lebensmittel und Dinge des täglichen Bedarfs nach Hause. „Ganz unkompliziert“, wie Jutta Grieser versichert.

Die Idee kam den beiden Ladeninhaberinnen spontan. Zu ihrer Kundschaft im Ebnater Dorfladen zählen auch ältere Menschen. „Die sind zurzeit verunsichert. Da lag es nahe, unseren Service jetzt auszuweiten und einen umfassenden Lieferdienst anzubieten“, sagt Jutta Grieser.

Die Unternehmerin steht hinter dem Tresen und packt am Nachmittag bestellte Ware in eine Papiertüte. Butter, Nudeln, Bananen und Milch. „Das hat eine Kundin am Vormittag bei uns per Telefon bestellt“, erklärt die 50-Jährige. Seit der Coronakrise bleibt ihr während der Öffnungszeiten – von 6.30 bis 13 Uhr – kaum Zeit zum Luft holen. Die Bestellungen nimmt das Team um Jutta Grieser und Petra Traub den ganzen Tag gern an. Verpackt und ausgeliefert wird aber nur nachmittags. Da ist der Laden zu.

Schließlich braucht das Zeit, die einzelnen, ganz individuellen Einkäufe zusammenzustellen. „Da läuft man schon eine gewisse Zeit durch die Gänge, bis man alles beisammen hat“, beschreibt Jutta Grieser den Ablauf. Bei Hefe müsse sie passen. Da sei im Augenblick nichts zu machen. Toilettenpapier komme noch regelmäßig nach. „Das packen wir aber nicht in die Regale, sondern geben es einzeln heraus.“ Ein Paket pro Kunde. Engpässe gebe es keine. Auch nicht bei Nudeln. Nur wer eine bestimmte Sorte gewöhnt sei, der müsse notfalls eine andere akzeptieren. Das gelte jetzt grundsätzlich. „Nicht immer ist alles vom gewohnten Hersteller verfügbar“, sagt Jutta Grieser zur aktuellen Situation.

Die Kunden überweisen uns dann den Betrag.

Jetzt ist die Tüte voll. Wenn´s mehr werden sollte, kommen Kartons zum Einsatz. Die 50-Jährige druckt die Rechnung aus und legt sie bei. „Die Kunden überweisen uns dann den Betrag“, erläutert sie. Der Lieferservice selbst sei kostenlos.

„Einige ehrenamtlich Engagierte haben schon signalisiert, Touren zu übernehmen und uns auch sonst zu helfen“, freut sich Jutta Grieser. Der Lieferservice komme an, sei allerdings recht zeitintensiv. Jedoch ein sehr probates Mittel, um soziale Kontakte auf ein Minimum zu reduzieren. „Da sind wir in diesen Zeiten alle gefragt.“ Die Vorgaben seien gut begründet, findet sie. Und auch die Angst der Mitbürgerinnen und Mitbürger trifft bei ihr auf volles Verständnis.

BIB AUGSBURG UNTERSTÜTZT AUGSBURGER TAFELN

Dieses Projekt verdient Erwähnung: Der Nahversorgerladen BIB Augsburg schloss sich mit dem Hilfswerk „Kartei der Not“ zusammen, um Bedürftige mit Lebensmitteln zu versorgen. Die Stiftung hatte BIB beauftragt, 500 Lebensmitteltüten für die Augsburger Tafel zu packen. Verursacht wurde diese großherzige Aktion durch die Corona-bedingte Schließung des Tafelladens. Diese brachte die Augsburger Betroffenen in große Not.

Die gemeinnützige gGmbH „BIB Augsburg“ sieht sich als ein Bildungsträger mit sozialer Verantwortung für die Weiterbildung und Integration auch für Menschen in schwierigen Lebenssituationen. Mit der Stiftung „Kartei der Not“ hat man schon öfters kooperiert, und beide Institutionen zögerten nicht, in dieser besonders schwierigen Zeit erneut an einem Strang zu ziehen. Auf Kosten der Stiftung bestellte die BIB im Hause Utz große Mengen an Grundnahrungsmitteln. Anschließend wurden sie von BIB-Mitarbeitern in mehrere hunderte Tüten gepackt und den Bedürftigen nach Hause gebracht.

Wir freuen uns, dass wir zusammen mit der BIB und dem Hilfswerk „Kartei der Not“ den hilfsbedürftigen Bürgern in dieser schweren Zeit helfen konnten.

Langhaltende Lebensmittel wurden in großen Mengen angeliefert und entsprechend aufgeteilt.

Eine Mitarbeiterin beim Packen der Taschen.

Die fertig gepackten Taschen stehen zur Auslieferung bereit.

EIN BLICK HINTER UNSERE KULISSEN

ERWEITERUNG DES LOGISTIKZENTRUMS
IM I. QUARTAL 2020 FERTIGGESTELLT

Spatenstich am 29.03.2019

Erweiterung Nutzfläche von 7.500 qm auf 10.200 qm

Stellen der Stahlbetonstützen Anfang Juli 2019

Hallenverkleidung Mitte August 2019

Fertigstellung des Bodens im Oktober 2019

Aufstellen der Regalanlage im Januar 2020

Neue PV-Anlage

Bezug neues Tabaklager Ende Februar 2020

Erweiterung Kühl- und Tiefkühllager

Gekühlte Nachtanlieferung

8 weitere Warenausgangstore

Außenansicht

NEUES TABAKLAGER
MIT TRACK & TRACE-TECHNOLOGIE

Die Tabakwaren stehen zur Kommissionierung bereit.

Wissen Sie noch? In der letzten Ausgabe im Dezember 2019 berichteten wir über die europäische Richtlinie TPD2, kurz „Track & Trace“: Seit dem 20. Mai 2019 ist man im Tabakhandel verpflichtet, die Rückverfolgbarkeit von Zigaretten und Tabak sicherzustellen. Dies gilt für alle Wirtschaftsteilnehmer – vom Hersteller bis zum Shop-Geschäft. Jede Zigarettenverpackung erhält vom Hersteller einen einzigartigen Code. Dieser muss von jedem Glied der Handelskette erfasst und gemeldet werden, mitsamt der eigenen ID. Hersteller und Großhändler brauchen zudem eine eigene IT-Technik, um die Codes zu erfassen und zu verarbeiten.

Beim Endverbraucher angelangt, kann somit der Handelsweg jeder Zigarettenschachtel nachverfolgt werden. Sie fragen sich jetzt sicherlich und nicht zu Unrecht: Wofür der ganze Zirkus beziehungsweise der milliardenschwere Aufwand? Die EU verspricht sich von der Maßnahme einen Rückgang des illegalen Handels. Als Kunde mussten Sie sich glücklicherweise nur einmalig registrieren und sind im weiteren Geschäftsbetrieb nicht von der Maßnahme betroffen.

Im neuen Tabaklager gibt’s eine Verpackungsstraße.

Wir im Hause Utz haben uns für die Erfassung der Codes für einen Flächenscanner am Ende des Kommissionier-Prozesses entschieden. Eine große Investition und ein erheblicher Mehraufwand! Zum Glück ist es uns aber gelungen, aus der Not eine Tugend zu machen: Durch den zusätzlichen Soll-Ist-Vergleich des Auftrags bei der Scannung verbesserte sich unsere Kommissionierqualität beträchtlich. Im Tabak gingen die Sammelfehler fast auf null.
Zudem haben wir unsere gesamte Warenverpackung im Tabak halbautomatisiert. Nach dem Scanverfahren wird der Karton in einer Kartonverschließmaschine geschlossen und anschließend über eine Röllchenbahn in einen Wartebereich verfrachtet. Dies spart Zeit und verschafft unseren Mitarbeitern erhebliche Erleichterung.

Neben der neuen Verpackungstechnik ist insbesondere die Erweiterung in der Fläche für die Tabakkommissionierung ein echter Fortschritt. Das Tabaksortiment, zuvor auf kleiner Fläche untergebracht, wurde in einer Wochenendaktion in das neue Lager mit 3-facher Größe umgelagert. Durch Röllchenbahnen sind die Regale nun von der Rückseite aufzufüllen. So tangiert der Staplerfahrer nicht den Kommissionierprozess und kann selbst ungestört arbeiten.

Wir sind guter Dinge, mit diesen Neuerungen gerüstet zu sein und Sie auch in Zukunft verlässlich und gesetzeskonform mit Tabakwaren beliefern zu können.

Die Ware wird automatisch verschlossen.

Die fertig kommissionierte Ware steht zur Auslieferung bereit.

SAUBERE ENERGIE DANK NEUER PV-ANLAGE

Das Unternehmen Utz hat im Zuge der Erweiterung des Logistikzentrums eine neue Dachfläche. Diese wird, wie schon die alte, ab sofort für die Energieerzeugung mittels einer Photovoltaik-Anlage genutzt.

Schon bisher haben wir 80 % unseres Bedarfs selbst erzeugt. Einen Teil des Stroms speisen wir ins Netz ein. Auch die neue Solaranlage nutzen wir überwiegend selbst. 90% des eigenen Bedarfs kann die Anlage bei guter Sonneneinstrahlung generieren. Bedingt durch den Tagesablauf verbrauchen wir etwa 50 % des Stroms, der Rest wird eingespeist.

Bezogen auf den Stromverbrauch des gesamten Großhandels erzeugen beide Anlagen zusammen ungefähr den Faktor 1,5. Somit leisten wir einen aktiven Beitrag zu CO2-Reduzierung und Umweltschutz.

Auch eine Nutzung der Abwärme aus unseren Kühlanlagen ist in Planung. Dadurch lassen sich Gasverbrauch und Schadstoffausstoß ebenfalls reduzieren. Gerne halten wir Sie über diesen Prozess auf dem Laufenden!

Die bisherige Photovoltaik-Anlage.

Auf der Erweiterung des Logistikzentrums wurde die neue Photovoltaik-Anlage installiert.

AUSBILDUNG IN CORONA-ZEITEN
IM HAUSE UTZ

Stefanie Kalteis und Laura Kamprad

Wie die meisten Dinge in jüngster Zeit blieb auch die Ausbildung bei uns im Haus von den Auswirkungen von Corona nicht verschont. So waren ab der Kalenderwoche 12 die Berufsschulen ebenso wie alle anderen Schulen geschlossen.

Fortan mussten sich die Azubis die theoretischen Ausbildungsinhalte selbstständig im „Home-Schooling“ aneignen. „Home-Office“ würde es ehrlicherweise besser treffen, denn Online-Unterricht fand wochenlang nicht statt, Videokonferenzen waren die Ausnahme. Online-Lernplattformen waren die meistgenutze Form, um die Azubis mit Unterrichtsmaterialien und Aufgaben zu versorgen. Trotz der unterrichtsfreien Zeit hatten unsere Azubis alle Hände voll zu tun, um sich die Theorie anzueignen und die Hausaufgaben fristgerecht einzusenden.

Seit Mai sind die Schüler der Abschlussklassen wieder im regulären Unterricht. Gerade rechtzeitig, um sich gut auf die schriftlichen Abschlussprüfungen Ende Juni vorzubereiten. Mitte Juni folgten die restlichen Ausbildungsklassen.

Ohne Corona hätten unsere Auszubildenden Laura Kamprad und Stefanie Kalteis ihre schriftlichen Prüfungen bereits hinter sich. So sind sie zwar auf der Zielgeraden, müssen aber noch etwas geduldig sein. Seit Unternehmenseintritt im September 2017 hatte ihr Weg sie bereits in viele Bereiche geführt: von der Werbeerstellung im Marketing über die Kalkulation im Einkauf bis zur telefonischen Betreuung im Kundenservice.

Während der letzten Wochen unterstützte Frau Kamprad uns nun in der Auftragsbearbeitung, Frau Kalteis packte im Lager bei erhöhter Nachfrage kräftig mit an. So waren wir nicht nur glücklich, unsere Azubis in der Krise intern weiter beschäftigen zu können, sondern auch heilfroh, auf ihren vollen Einsatz zählen zu können.

Nach ihren mündlichen Prüfungen im Juli heißt es dann endlich: Ausbildung erfolgreich beendet. Auch danach wird Frau Kamprad unser Team der Auftragsbearbeitung verstärken. Wir freuen uns, mit ihr eine vielversprechende Mitarbeiterin zu gewinnen. Frau Kalteis, die als nächstes die Fachhochschulreife anstrebt, wünschen wir für diesen Schritt viel Erfolg!

EIN BLICK HINTER UNSERE KULISSEN

GLÜCKLICHE GEWINNER!

Auch in diesem Jahr hat die Teilnahme bei den Messeaufträgen die Chance auf einen schönen Gewinn mit sich gebracht. Unter allen Teilnehmern hat das Los die folgenden Glückspilze ermittelt.

Wir gratulieren den Gewinnern ganz herzlich!

1. PREIS:

Smeg Kühlschrank

Bäckerei-Konditorei
Seemannin Dellmensingen

2. PREIS:

Faltrad

Metzgerei & Partyservice
Schmieger GmbH in Neukirch

3. PREIS:

4 Europapark-Karten

Tobias Lehre GmbH
Haiterbach-Unterschwandorf

4. BIS 8. PREIS:

Berg-Bier Partyfass

Autohaus Birkhold GmbH
Steinheim

Schlossmarkt Windach eG
Windach

Fritz Wahr Energie GmbH & Co.KG
Pfalzgrafenweiler

Ran-Station Ettrich
Ulm

Mein Kauftreff „Um‘s Eck“ Neuhäusler
Tiefenbach

Die glückliche Gewinnerin Simone Müller mit dem Hauptpreis.