



Save the date:

Herbst *messe*

17. und 18.
September 2022

MCS
MEIN CONVENIENCE SERVICE

– im Logistikzentrum Ochsenhausen –



aktuell

Ausgabe: Juni 2022
Jahrgang 32 Nr. 61



INHALT JUNI 2022



NEU ODER NEU GEMACHT

Neu und Toll: „Dani`s Laden“ in Ludwigsburg.....	4
„Tante M“ nun auch in Trillfingen.....	4
Schönes Shoppen am Airport in Friedrichshafen.....	5
Neu. Gemütlich. Haug in Willmandingen.....	6
Dieses Dorf hält zusammen: Eggenthal!.....	6
Emerkingen ist der erste „Tante M“ im Alb-Donau-Kreis.....	8
Münchner Bavaria Petrol mit neuem Gesicht.....	9
Digital und direkt - MTB Tankstelle in Villingen-Schwenningen.....	10
Voll optimiert – Lehre in Haiterbach.....	11



WIR GRATULIEREN

5 Sterne für Ingenried.....	13
Schon ganze 5 Jahre in Hülben!.....	13
Ein Jahrzehnt lang Kapp in Betzenweiler.....	14
125 Jahre Bystron in Zang.....	15



FÜR SIE ZUSAMMEN GETRAGEN

Automaten auf der Schwäbischen Alb.....	17
„Opa Werner“ und sein Automat.....	18
MCS spendet 25.000 Euro für UNICEF Hilfe in der Ukraine.....	18
UNITIexpo: Scan & Go, Digital Signage und Influencer – Sortimente begeistern Kunden am MCS Stand.....	19
Das Erfolgsrezept der Influencer-Produkte.....	20
Viel los: ShishaMesse Frankfurt.....	22



EIN BLICK HINTER UNSERE KULISSEN

Alle guten Dinge sind 3: 3. Ausbildungsjahr erfolgreich beendet!.....	24
Realschule Ochsenhausen gibt Berufsinfortag.....	25
Glückliche Gewinner.....	26

EDITORIAL UTZ AKTUELL

Liebe Kundinnen und Kunden,
liebe Geschäftsfreunde,



Leben und im Handel macht das Einkaufen wieder mehr Freude! Hoffen wir, dass uns die Pandemie im Herbst nicht erneut in irgendeiner Form einholt. Wir bauen insbesondere darauf, Sie auf unserer Herbstmesse endlich persönlich begrüßen zu können. Wir planen jedenfalls schon eifrig – zumal die Messe erst- und einmalig in unserem Ochsenhausener Logistikzentrum stattfinden wird.

Und wer hätte zudem gedacht, dass uns Hamsterkäufe in diesem Frühjahr schon wieder beschäftigen? Der vom russischen Präsidenten entfachte Angriffskrieg gegen die Ukraine hat in allen Verkaufsflächen des Lebensmittelhandels sehr schnell zu Regallücken geführt, insbesondere bei Speiseöl. Die Lieferengpässe in unserer Beschaffung beeinträchtigen unsere bisher hohe Lieferfähigkeit in erheblichem Maße. Bisher funktionierende Lieferketten von elementaren Rohstoffen zur Fertigung vieler Produkte sind in Gefahr und haben sich tiefgreifend verändert. Länderübergreifende Logistikströme sind teils zum Erliegen gekommen. Selbst ein international operierender Hersteller wie Philip Morris kann seine Marlboro teilweise nicht mehr liefern! Darüber hinaus sehen wir uns fast wöchentlich mit hohen Preissteigerungen der Industrie konfrontiert. Die Inflation klettert in lange nicht gekannte Höhen und führt teilweise auch in Ihren Geschäften zur Kaufzurückhaltung der Kunden.

Als Händler sind wir es gewohnt, uns auf stetig neue Rahmenbedingungen einzustellen. Und so versuchen wir auch in diesen nicht einfachen Zeiten unsere Kunden bestmöglich mit Ware zu versorgen.

Glücklicherweise gibt es auch Erfreuliches zu berichten: Es finden wieder Messen statt, auf denen die persönliche Begegnung mit Geschäftspartnern im Vordergrund steht und gleichzeitig neue Produkte und Konzepte in Augenschein genommen werden können. So waren wir dieses Jahr mit einem Team aus Einkauf und Vertrieb erstmals auf der Frankfurter Shisha-Messe; eine Produktgruppe, die insbesondere unter jungen Konsumenten immer mehr Zuspruch erfährt. Auf der UNITI Expo, der europäischen Leitmesse der Tankstellenbranche in Stuttgart, konnten wir am Stand der MCS viele unserer Geschäftspartner aus der Convenience-Branche begrüßen. Über spannende Konzepte der MCS berichten wir in diesem Heft.

Und dann feiern wir in diesem Jahr Geburtstag mit der MCS! Die Kooperation wurde vor 25 Jahren gegründet, und im Laufe ihres 25-jährigen Bestehens ist es uns gemeinsam gelungen, dass sich die MCS insbesondere im Convenience-Mittelstand hervorragend positionieren konnte.

Ebenfalls erfreulich: Der Lebensmittelhandel entwickelt sich trotz oder gerade wegen der anhaltenden Krisen weiter. Mit hohem Aufwand werden Modelle zum „24/7-Shopping“ auf den Markt gebracht, die insbesondere durch einen sehr hohen Grad der Technisierung und dem Einsatz künstlicher Intelligenz gekennzeichnet sind. Self-Checkout bei den großen Ketten ist eine Antwort auf Personalengpässe. Demgegenüber ermöglicht das Konzept „Tante M“ aus unserem Kundenkreis ein Einkaufen an sieben Tagen der Woche von 5 bis 23 Uhr. Durch Einfachheit und geringe Investitionen bietet es eine niederschwellige Versorgung auch in ländlichen Regionen.

Es bleibt spannend zu sehen, wie sich die Konzepte weiterentwickeln. Wir werden wie immer alles daransetzen, unsere Kunden mit guten Lösungen und bestem Service zu begleiten und bauen darauf, auch diese herausfordernden Zeiten gemeinsam mit Ihnen zu meistern.

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

NEU UND TOLL: „DANI'S LADEN“ in Ludwigsburg

Nach nur zweimonatiger Umbauphase eröffnete im Februar ein neuer Nahversorger in Ludwigsburg seine Türen: „Dani's Laden“, gut platziert im Stadtbezirk Schlößlesfeld. Ivan Batinic, stolzer Inhaber, zog damit ins frühere „Potpourri“. Dessen Betreiber Herr Hilgendorf übergab sein Lebenswerk aus gesundheitlichen Gründen.

Für die Anwohner geht mit der Eröffnung des Ladens ein lang gehegter Wunsch in Erfüllung. Im Schlößlesfeld erwarten sie ab sofort eine Postagentur und ein erweitertes Angebot an Waren des täglichen Bedarfs. Seine Öffnungszeiten richtet Ivan Batinic ganz an den Bedürfnissen der Anwohner aus.

Wir wünschen der Familie Batinic einen guten Einstieg und immer zufriedene Kunden.



Verkaufsberaterin Kerstin Illner überreicht Herrn Batinic zur Eröffnung einen Tulpenstrauss.

„TANTE M“ NUN AUCH IN TRILLFINGEN

Schon lange hegen die Trillfinger Bürger den Wunsch, einen eigenen Nahversorger im Ort zu eröffnen. Nun ist aus dem Wunsch Wirklichkeit geworden: Im März öffneten sich erstmals die Türen des neuen Tante M-Ladens.

Dieses Stück Lebensqualität hat Familie Wenzler aus Bittelbronn möglich gemacht, die als Franchisenehmer fungieren. Für ihren Laden, der auf Selbstbedienung

und einem bequemen Bezahlssystem basiert, haben sie im ehemaligen Gasthof in der Ortsmitte einen guten Platz gefunden. Dort erwarten die Einkäuferinnen und Einkäufer nun auf 100 m² Obst und Gemüse, Getränke und Lebensmittel sowie Waren des täglichen Bedarfs.

Wir wünschen der Familie Wenzler für dieses zukunfts-trächtige Konzept viel Erfolg und immer zufriedene Kunden.



Am Eröffnungstag war ein großer Ansturm vor dem Laden.



Frau und Herr Wenzler packen gerne gemeinsam mit an!

SCHÖNES SHOPPEN AM AIRPORT in Friedrichshafen



Eingang des Duty Free Shops.



Ein wunderschönes Panoramabild vom Bodensee an der Wand.

Noch ein schönes Mitbringsel kaufen, einen Snack ergattern oder ein letztes Andenken an den Urlaubsort: Duty Free Shops gehören wohl auf fast jedem Flughafen zur letzten Anlaufstelle vor Abflug. So war das auch in Friedrichshafen, bis der dortige Laden geschlossen wurde.

Die Flughafen Friedrichshafen GmbH entschied sich Anfang des Jahres für einen Ausweg aus diesem Engpass und stemmte in Eigenregie und mit viel Engagement die nötigen Umbauarbeiten. Mitte April konnte der neue Shop nun eröffnet werden und bietet neben dem klassischen Repertoire auch Convenience-Produkte.

Besonders einladend ist die Lounge, in der die Fluggäste die Zeit vor dem Abflug in angenehmer Atmosphäre verbringen können. Aber auch der geschmackvolle

Ladenbau und die schönen Fotos von Lieblingsplätzen aus der Bodensee-Region machen Eindruck.

Ab sofort wird hier jeder wieder fündig, der auf der Suche ist nach Parfüm und Kosmetik, Spirituosen, Süßwaren, Getränken, Tabakwaren oder regionalen Produkten vom Bodensee.

An Konzeption und Aufbau des neuen Duty Free Shops war unser Verkaufsleiter Convenience Patrick Wenk beteiligt, der zusammen mit dem Team des Flughafen Friedrichshafen auch die Bestückung vor Ort vorgenommen hat.

Wir freuen uns auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit, eine gemeinsame Weiterentwicklung des Geschäfts und bedanken uns für die gute Zusammenarbeit.



Moderne Lounge lädt zum Verweilen ein.



Süßwaren und Getränke von der Firma Utz.

NEU. GEMÜTLICH. HAUG

in Willmandingen



Belegte Brötchen – ein wahrer Leckerbissen.



Eine kleine Café-Ecke lädt zum Verweilen ein.

Für die Willmandinger Bürgerinnen und Bürger ist die Bäckerei Haug nicht mehr wegzudenken. Bereits seit 25 Jahren betreibt der Backbetrieb aus dem benachbarten Sonnenbühl eine Filiale in dem Örtchen auf der Schwäbischen Alb. Wo es bisher schon lecker war, wird es jetzt noch schöner: Die Bäckerei ist umgezogen und hat in der ehemaligen Sparkassenfiliale die Türen neu geöffnet.

Gut erreichbar an der Durchgangsstraße und mit Parkplätzen vor der Tür können sich Einheimische und Reisende dort aber nicht nur frische Backwaren und Snacks besorgen. Sondern sie auch direkt im gemütli-

chen, schön eingerichteten Café genießen. Ein kleines Lebensmittelsortiment rundet das Angebot ab.

Michael und Birgit Haug führen die Bäckerei, deren Wurzeln aus dem Jahre 1898 stammen, in vierter Generation. Alle ihre süßen und salzigen Erzeugnisse sind in echter Handarbeit hergestellt. Neben dem Stammhaus in Genkingen und der Filiale in Willmandingen sind die Haugs auch mit Standorten in Erpflingen und Pfullingen vertreten.

Wir wünschen am neuen Standort viel Erfolg und weiterhin viele zufriedene Kunden!

DIESES DORF HÄLT ZUSAMMEN:

Eggenenthal!

Für die 1.355 Einwohner Eggenenthal hätte die Schließung des bisherigen Lebensmittelladens zur echten Einschränkung werden können. Hätte – denn soweit ließen es die engagierten Bürgerinnen und Bürger erst gar nicht kommen.

So riefen sie den Arbeitskreis „Dorfladen“ ins Leben und konnten bei der ersten Infoveranstaltung gleich 80 Interessenten begrüßen. Nach Gründung der „Dorfladen Eggenenthal UG“ übernahmen 300 Personen Anteile im Wert von je 300 Euro. Und zeitgleich meldeten sich 90 ehrenamtliche Helfer, die beim Aufbau und Betrieb des Dorfladens dabei sein wollten. Es lief gut von Anfang an. Das Ziel war klar: Nicht nur ein Laden wollte man schaffen, sondern einen Treffpunkt für alle!

Mit Georg Greisel wurde ein sehr engagierter Geschäftsführer gefunden, der unzählige ehrenamtliche Stunden in das Projekt einbrachte und alle Fäden zusammenführte. In unzähligen Besprechungen in Arbeitskreisen und -gruppen entstanden schlagkräftige Ideen und überzeugende Konzepte. Große Unterstützung fanden die Engagierten auch im Dorfladennetzwerk „NewWay“ durch Herrn Wagner.

Nach Auswahl des passenden Standorts und 1.800 Arbeitsstunden für Umbaumaßnahmen war nicht nur der große Einsatz der Eggenthaler, sondern auch ein respektabler Fortschritt zu sehen: Kühlzellen waren eingebaut, eine Küche eingerichtet, ein Café im Außenbereich errichtet. Auch die gesamte Technik, sowie die Möblie-



Der Dorfladen von außen.



Ein einladender Freisitz.

ung war so gestemmt worden, dass der Laden effektiv und wirtschaftlich geführt werden kann. Anfang Juni öffnete er dann erstmals seine Türen und gab den Blick frei auf ein umfangreiches Sortiment: ein komplettes Lebensmittelsortiment, eine Wurst- und Fleischtheke, Brot- und Backwaren, sowie eine reichhaltige Getränkeauswahl. Eier, Fleisch, Gemüse, Honig, Blumen und weiteres stammen selbstverständlich von regionalen Erzeugern, die zunehmend Platz bekommen sollen. Täglich ab 7:30 Uhr ist der Laden geöffnet – und ab 6 Uhr können sich Frühaufsteher schon Kaffee und Brotzeit holen.

Durch unermüdlichen und zielführenden Einsatz vieler ehrenamtlicher Helfer ist ein wahres Meisterwerk der heutigen Zeit entstanden.

Wir wünschen dem ganzen Dorfladen-Team alles Gute und viel Erfolg. Herzlichen Dank für die vertrauensvolle Zusammenarbeit!



Geistlicher Segen durfte bei der Eröffnungsfeier natürlich auch nicht fehlen.



Das Dorfladen-Team freut sich über den gelungenen Dorfladen.

EMERKINGEN IST DER ERSTE „TANTE M“ im Alb-Donau-Kreis

Fünf lange Jahre, in denen man in der 860-Seelen-Gemeinde Emerkingen nur noch samstags und fast nur Backwaren kaufen konnte, sind vorbei – zur großen Freude der Bürger, des Bürgermeisters und den zahlreichen freiwilligen Helfern. Diese haben auf 50 m² einen Tante M-Laden eingerichtet, in dem sich an 7 Tagen die Woche von früh um 5 bis um 23 Uhr selbstständig einkaufen lässt. Stundenweise stehen zwei Mitarbeiterinnen im Laden bereit, die auch das Bezahlssystem erklären.

Einige Wochen lang war der Verkaufsraum mit Unterstützung der Gemeinderäte renoviert worden. Anfang Juni öffneten sich, musikalisch umrahmt vom heimischen Musikverein, endlich die Türen. Bürgermeister Paul Burger zeigte sich überzeugt, dass der Laden in und um Emerkingen gut angenommen wird und dankte den zahlreichen freiwilligen Helfern. Grußworte gab es auch von Rainer Utz, der das Tante M-Konzept ebenfalls als zukunftsfruchtig einschätzt.

Geschäftsführer Christian Maresch hilft interessierten Gemeinden wie Emerkingen beim Aufbau einer Tante M-Filiale hier – der ersten im Alb-Donau-Kreis. Sie bietet unter anderem frisches Obst und Gemüse, Backwaren vom Munderkinger Bäcker Frank Binder und Wurst- und Fleischwaren aus der Metzgerei Schirmerhof. Regionales Mehl liefert die Dom-Mühle aus Munderkingen. Christine Weiß vom Geflügelhof Härle in Oberstadion-Mundeldingen versorgt den Laden mit Eiern. Auch eine große Auswahl von Molkereiprodukten sowie zahlreiche Tiefkühlartikel und Produkte des täglichen Bedarfs findet man in dem 1910 errichteten Gebäude.

Historisch trifft modern – das Konzept geht für die Emerkinger allem Anschein nach auf. Zur Eröffnung kamen viele interessierte Bürgerinnen und Bürger, die sich ins Bezahlssystem einweisen und für eine Kundenkarte gewinnen ließen.

Die Firma Utz wünscht dem neuen Nahversorger allzeit viel Erfolg und frohes Einkaufen!



(v.l.n.r.) Rainer Utz, Bernhard Fiderer und Matthias Utz freuen sich über eine weitere Eröffnung eines Tante M-Shops.



Christian Maresch (rechts) verteilt an viele interessierte Kunden Tante M-Kundenkarten.



Die Musikkapelle spielt am Eröffnungstag.



Viele Kunden lassen sich vom Fachpersonal in die Kasse einweisen.

MÜNCHNER BAVARIA PETROL mit neuem Gesicht



Neuer Glanz: Die Tankstelle von außen.



Roberto Burrafato (Mitte) freut sich mit seinen Mitarbeiterinnen über den gelungenen Umbau.



Das Café in einem dezenten rosa – einfach toll!



Der neugestaltete Shop lädt zum Einkaufen ein.

Auftanken gefällig? Das können Kraftfahrer in der Amalienburgstraße in jeder Hinsicht. Denn nach weitreichenden Umbaumaßnahmen präsentiert sich dort die BAVARIA Petrol Tankstelle von Roberto Burrafato nun als moderner Tankshop.

Ein ganzes Jahr mit Planung und Vorbereitung war vergangen, bis der Umbau endlich startete. Dann kamen die Baumaßnahmen – und Anfang Januar war dann alles fertig. Auf rund 200 m² erwartet die Kundschaft

nun modernste Einrichtung, ein neuer Sanitärbereich und ein erweiterter Shop. Eine gemütliche Sitzecke mit reichhaltigem Bistro-Angebot lädt zum Verweilen ein. Zeitschriften, Getränke, Lebensmittel und vieles weitere, was das Tanken schöner macht, gehören ebenfalls zum Sortiment.

Wir gratulieren Herrn Burrafato zum gelungenen Umbau und wünschen ihm und seinem Team weiterhin viel Erfolg.

DIGITAL UND DIREKT – MTB TANKSTELLE

in Villingen-Schwenningen



Über dem Getränkekühler....



...und über der Kassenzone ein „must have“ in jedem Shop.

Digitale Werbung auf großen und kleinen Flächen – das gefällt den Kunden und bietet dem Anbieter maximale Flexibilität. Diese Erfahrung macht auch die MTB-Tankstelle in Villingen-Schwenningen, die diesen Service seit Kurzem einsetzt – drinnen und draußen.

So wurden im Shop der Mineralölgesellschaft Wahr zwei Bildschirme integriert, auf der Spots aus der MCS-Mediathek und eigene Werbung zu sehen sind. Vollau-

tomatisierte Inhalte senken beim „Digital Signage“ des MCS-Konzepts den Betreuungsaufwand. Gleichzeitig wird eine maximale Vertriebsunterstützung zur Umsatzsteigerung schnell und effizient generiert.

Diese Art des One-to-One-Marketings intensiviert das Markterlebnis und verschafft direktes Feedback vom Kunden.

MCS MEDIATHEK UNSER CONTENT FÜR IHRE UMSÄTZE!

Steigern Sie Ihren Umsatz und nutzen Sie unsere kostenlosen Werbemittelvorlagen. In der MCS Mediathek finden Sie eine große Auswahl an Werbemitteln, die Sie mit Ihrem Logo und Preis editieren und herunterladen können.

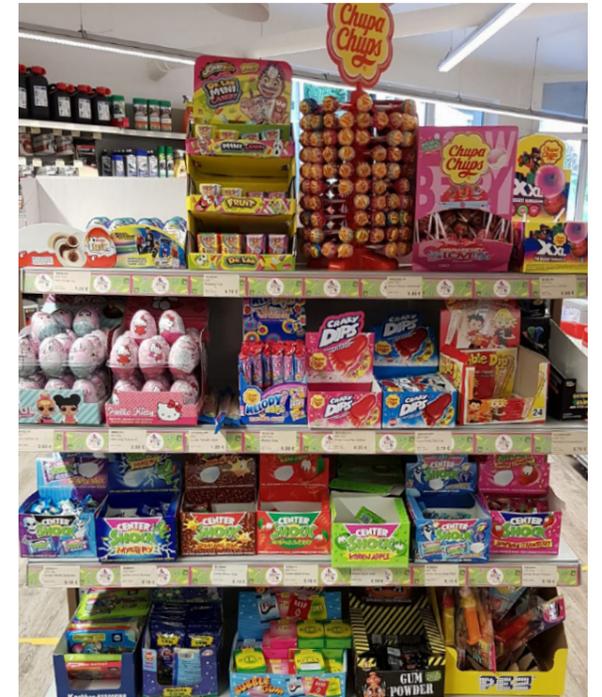
WWW.MCS-MEDIATHEK.DE



VOLL OPTIMIERT – LEHRE IN HAITERBACH



Verkaufsberaterin Kerstin Illner beim Bestücken des Getränkekühlschranks.



Kids-Dreams-Regal - ein Traum für jedes Kind.

Alles neu macht der Mai – auch in der Haiterbacher Tankstelle Lehre. Dort waren die Regale in die Jahre gekommen und auch das Sortiment sollte erweitert werden.

Daher machte sich Herr Lehre mit seinem Team an die Renovierung und ersetzte die alten Möbel und Böden durch neue. Gleichzeitig schuf er Platz für einen kleinen Landmarkt mit Waren des täglichen Bedarfs. Auch ein

regionales Sortiment, einige Neuheiten im Getränkekühler sowie Molkerei-Produkte wurden integriert.

Die Angebote und Produktneuheiten werden nun über neu aufgestellte Bildschirme im Digital Signage publiziert. Das freut den Kunden und kurbelt den Verkauf an.

Wir wünschen Herrn Lehre und seinem Team weiterhin viel Erfolg mit seinem erweiterten Konzept.



Digital Signage darf bei keiner Shop-Optimierung mehr fehlen!



Es gibt nun auch mehrere Produkte aus dem LEH-Bereich.



AUF GESCHMACKS-REISE MIT LISAS BIO-KESSELCHIPS

Knuspriger Kesselchips-Genuss aus dem Allgäu mit natürlichen Bio-Zutaten.



Lieferant:
Aroma Snacks GmbH
Geiselharz 23
D-88279 Amtzell
www.lisaschips.de
DE-ÖKO-006



Wir sind Partner

||||||| WIR GRATULIEREN

5 STERNE FÜR INGENRIED

Das Dorfläden überwiegend von sehr eifrigen Bürgerinnen und Bürgern ermöglicht werden, die viel Herzblut in „ihr Lädlele“ investieren, steht außer Frage. Schön ist es, wenn diese Mühe dann sogar ausgezeichnet wird – mit fünf Sternen des Bundesverbandes. So wie jüngst im Ingenrieder Dorfladen, der nun der erste oberbayerische 5-Sterne-Dorfladen ist.

Landrätin Andrea Jochner-Weiß überbrachte dem neunköpfigen Team des erst 2019 eröffneten Ladens stolz und glücklich die Auszeichnung. In ganz Bayern gehören nur zehn Nahversorger zu dieser Kategorie, denn die Anforderungen des Verbands sind hoch. So muss das Geschäft schwarze Zahlen schreiben und mit einer guten Sortimentsstruktur überzeugen. Motivation und Teambuilding spielen ebenso eine Rolle wie gutes Marketing und eine aktive Netzwerkarbeit mit anderen Dorfläden.

Die Ingenrieder erfüllen diese Kriterien mühelos. Mit einem großen Fest bei bestem Wetter wurde vor und im Laden mit der ganzen Bevölkerung und vielen Gästen gefeiert. Die Musikkapelle sorgte für gute Unterhaltung. Mit den fünf Sternen geht auch die Nominierung zum „Dorfladen des Jahres“ einher. Und sowohl der Handelsverband, als auch die IHK belohnen den ausgezeichneten Dorfladen mit einer Prämie.

Geschäftsführer Andreas Martin und sein Team sind sehr stolz auf ihre fünf Sterne. Ausruhen wollen sie sich auf diesen „Lorbeeren“ nicht, sondern nehmen dies vielmehr als Ansporn für viele weitere Ideen und Maßnahmen. Bei alledem sind eine sichere Zukunft des Ladens,



Das Team vom Dorfladen freut sich über die Auszeichnung.



Die Tafel wurde an der Außenseite des Ladens angebracht.

hohe Wirtschaftlichkeit, ein starkes Kundenvertrauen und Offenheit für Innovationen ihre treuen Begleiter.

Wir gratulieren herzlich zu dieser Auszeichnung und freuen uns auf eine weiterhin gute Zusammenarbeit.

SCHON GANZE 5 JAHRE IN HÜLBEN!

Vor fünf Jahren, im Januar 2017, erlöste der neue Dorfladen die Hülbenener von ihren weiten Wegen. Damals entstand mitten im Ortskern ein attraktiver Nahversorger mit vielen regionalen Produkten.

Beim Jubiläum warteten nun großartige Angebote und lobende Worte des Bürgermeisters auf die Besucher: Siegmund Ganser hob die Bedeutung des Ladens hervor und bedankte sich auch bei allen Ehren- und Hauptamtlichen. Die Gemeinde unterstützt den Dorfladen von Beginn an. Seit Jahresbeginn wird die Poststelle durch Beschäftigte des Dorfladens betrieben und lockt mit ihren kundenfreundlichen Öffnungszeiten. Auch das umfangreiche Obst- und Gemüsesortiment lädt zum Einkaufen ein.

Wir wünschen dem Hülbenener Dorfladen und dem engagierten Team für die weiteren Jahre viel Erfolg und bedanken uns für das gute Miteinander.



Corinna Kroh vom Hülbenener Dorfladen und Verkaufsberater Bernhard Fiderer freuen sich über das 5-jährige Bestehen.

EIN JAHRZEHT LANG KAPP

in Betzenweiler



Astrid Kapp mit Verkaufsberater Bernhard Fiderer.

Zehn Jahre ist es bereits her, dass die Ertinger Bäckerei Kapp in Betzenweiler eine Filiale eröffnete – in direkter Nachbarschaft zum LinusLaden in Dürmentingen. Damals stießen die Bäcker, die auch Lebensmittel im Sortiment haben, auf viel Unterstützung der Gemeinde. Nach einem anfänglichen Verkauf ihrer Waren im Rathaus bezogen sie ihren frisch hergerichteten neuen Standort in der Ortsmitte. Die Einwohner Betzenweilers wie auch die Mitarbeiter der dort ansässigen Unternehmen lernten die Grundversorgung, den freundlichen Verkaufsraum mit seinem guten Angebot schnell schätzen.

Im Mai wurde das Jubiläum mit den Kunden gefeiert. Eine Aktion „Alles für 1 Euro“ lockte zahlreiche Kunden in den 70 m² großen Laden. Nach der Auswahl der zu kaufenden Backwaren, also kurz vor dem Bezahlen, hatten die Kunden die Möglichkeit beim Würfelspiel mitzumachen. Wer die Gesamtzahl 10 erreichte, also 5+5, oder 6+4, bekam seinen Backwareneinkauf geschenkt.

Eine Besonderheit in Kapp's Läden ist übrigens die „Linus“ Brötchenrutsche. Durch sie rutschen die frischen Backwaren unverpackt und hygienisch in die mitgebrachte Tasche des Kunden.

Wir bedanken uns bei der Familie Kapp für die jahrelange, vertrauensvolle Zusammenarbeit und wünschen weiterhin viel Erfolg!



Mit der Linus Brötchenrutsche können die Kunden unverpackt die Backwaren in ihre mitgebrachte Tasche rutschen lassen.

125 JAHRE BYSTRON IN ZANG

Die Zeit der Kolonialwarengeschäfte ist, liebe Leserinnen und Leser, verdammt lang her. Als Wurzeln heutiger Geschäfte sind diese Gründungen von vor über 100 Jahren aber immer noch präsent. Das trifft auch auf den Lebensmittelladen Bystron in Zang zu.

Als Kolonialwarengeschäft von Rosina Baß im Jahre 1897 gegründet, erfreute sich der Laden großer Beliebtheit. Bekannt wurde er unter dem Namen „Meisters“, da der Ehemann der Inhaberin Schneidermeister war. Nach erfolgreichen Generationswechseln 1931 und 1961 mit steter Weiterentwicklung des Ladens und regelmäßiger Renovierung übernahmen Sylvia und Martin Bystron in vierter Generation. Das war 1987. Auch in dieser Zeit musste das Geschäft angepasst werden: Toto-Lotto kam hinzu, Brötchenservice und Getränkemarkt mit Lieferservice erweiterten den Absatzbereich. Vor zwei Jahren fügten sie dann eine sehr schöne Café-Ecke hinzu.

An Ideen zur Verkaufsförderung hat es bei Bystrons noch nie gemangelt. Immer wieder war die Familie bereit, ihre Kunden mit Aktivitäten zu überraschen. So war das Jubiläum im Mai auch ein Anlass, die kleinen und großen Kunden mit zahlreichen Angeboten und Aufmerksamkeiten zu erfreuen und gemeinsam die lange, erfolgreiche Handels-Historie zu feiern.

Wir bedanken uns bei Sylvia und Martin Bystron für das Vertrauen und die jahrelange, gute Zusammenarbeit.



Verkaufsberater Bernhard Fiderer freut sich mit Sylvia und Martin Bystron über das 125-jährige Jubiläum.

NEUE PARTNER im Einzelhandel

Im 1. Halbjahr 2022 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!



REMSTALKELLEREI
höher. fruchtiger. württemberger.

Das Remstal erleben!



Die Rebsortenlinie aus dem Remstal: Markant. Jung. Sortentypisch.

Geradliniger und sortentypischer Ausbau, weiß, rosé und rot – unsere Rebsortenlinie weiß voll und ganz zu überzeugen!

Und das in einer Vielfalt, die in Württemberg ihresgleichen sucht: Diese Weine repräsentieren das komplette Sortiment der Remstallkellerei und zeigen, was die einzelnen Rebsorten auszeichnet.

Das Angebot der Remstallkellerei ist geprägt von einer großen Palette an Geschmack und ausgezeichneter Qualität.

Knapp 100 Weine – angefangen bei den Württemberger Klassikern bis hin zu internationalen Rebsorten – und feine Sekte & Seccos sind Belege dafür. Zum Wohl!



www.remstallkellerei.de



||||||| FÜR SIE ZUSAMMENGETRAGEN

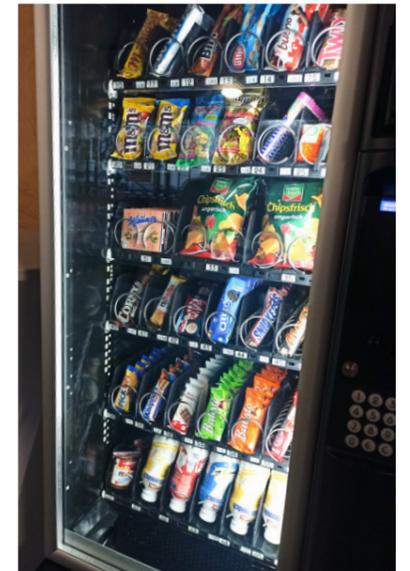
AUTOMATEN AUF DER SCHWÄBISCHEN ALB



Frischemarkt Herb in Hayingen.



Dorfladen Zöschingen.



Cäsar Lang in Strohnhof.

Mittlerweile sieht man sie immer öfter: Automaten gefüllt mit Lebensmitteln, Getränken und Snacks. Sie ermöglichen einen flexiblen Einkauf rund um die Uhr. Auch einige unserer Kunden bieten ihren Käufern neuerdings diesen Service – zusätzlich zum Einkaufen im Laden.

Die Sortimente in Laden und Automaten sind ganz ähnlich: ganz überwiegend kann man sich dort mit Wurst, Käse, Eiern, Getränken und süßen Snacks eindecken. Mancher Automat enthält zusätzlich Saisonware wie Grillfleisch.

Auch in Schulen oder Firmenkantinen ist diese bequeme Art des „Shopping zwischendurch“ beliebt. Die dort aufgestellten Automaten beherbergen meist Süßes oder Salziges sowie Getränke.

Für alle diese Automaten gilt:

- Je nach Größe der Produkte bieten sie Platz für 30 bis 60 Artikel.
- Ihre Kosten belaufen sich auf 9.000 bis 18.000 Euro.
- Akzeptiert werden Bargeld und ec-Karte.
- Für E-Zigaretten und Bier findet eine Alterskontrolle statt.

Falls Sie sich für die Erweiterung um einen Automaten interessieren, können Sie sich in folgenden Läden gerne ein eigenes Bild machen:

Frischemarkt Herb in Hayingen

Die Familie Herb möchte mit diesem Service ihre Kundenschaft auch nach Ladenschluss und am Wochenende bedienen und bietet dort an die 50 Produkte an. Darun-

ter Getränke, Wurst und Käseprodukte sowie Grillfleisch im Sommer.

Das Sortiment ist der Ferienregion im Lautertal angepasst. Kunden sind Radfahrer und Wanderer. Aber auch Ortsansässige oder Durchreisende erfreuen sich daran, sonntags ein Stück Butter oder etwas zum Knabbern zu erstehen.

Die Preise sind gegenüber den Verkaufspreisen im Markt moderat erhöht, was von den Verbrauchern gut akzeptiert wird.

Dorfladen Zöschingen

Hier ist der Automat seit März 2022 in Betrieb und birgt in seinem Inneren Getränke, Riegel, Würstchen, Dosenwurst, Eier, Butter, Sahne und Chips.

Den Sommer über wird man auch Grillfleisch anbieten und hofft damit auf eine noch stärkere Frequentierung.

Cäsar Lang in Strohnhof

Der 17-jährige Cäsar Lang, Gründer von Cäsar Lang Warenautomaten, hält ebenfalls viel von dem bequemen Shopping-Angebot. Je nach Standort und Zielgruppe spricht er Empfehlungen aus, welche Produktpalette in der kühlen Box zu finden sein sollte – von Hofladen bis Schule kann er das passende Sortiment abschätzen. Auch die Funktionen des Automaten sind verschieden; so wünschen manche Kunden einen Münzwechsler, andere ein bargeldloses Bezahlmodul, der dritte die Möglichkeit des Versands. Nicht zu vergessen, dass die Automaten ganz unterschiedlich groß sind: So haben manche 30, manche 60 Spiralen.

„OPA WERNER“ UND SEIN AUTOMAT



Werner Leutner beim Befüllen einer seiner Automaten.



Alles frisch, alles voll!



In seinem Auto hat er immer genügend Vorräte zum Auffüllen.

Der als „Opa Werner“ bekannte Werner Leutner ist in Eglöfs beliebt und geschätzt für seine Nahversorgung. Regionale Waren und Produkte des täglichen Bedarfs wie Milch, Käse, Eier, Wurst und frische Teigwarenprodukte finden sich bei ihm genauso zuverlässig wie Getränke, süße und salzige Snacks. Und zwar nicht in einem Laden, sondern in seinen begehrten Automaten.

Begonnen hat das alles im Jahr 2018. Inzwischen betreibt er an verschiedenen Orten acht der kühlen Boxen. Zu finden sind sie meist in den Ortskernen, in der Nähe von Schulen ebenso wie in der Nähe von Betrieben – eben dort, wo Menschen zusammentreffen.

Erwachsene wie Kinder freuen sich, wenn Werner mit seinem Lieferwagen erscheint und die Leckereien auf-

füllt. Den Kindern entfährt dann schonmal ein „Schau, der Automatenmann Opa Werner!“ Anlass gibt er ihnen täglich, manchmal sogar mehrmals am Tag, was auf einen guten Abverkauf dank bequemem Einkauf via Bargeld und ec-Karte schließen lässt.

Der Automatenmann Werner hat bereits weitere Standorte im Visier und die Bürgerinnen und Bürger der Nachbarorte freuen sich bereits. Bevor sie los shoppen können, muss er allerdings zuerst den besten Platz auffindig machen, die Stromversorgung sicherstellen und eine Umhausung zum Schutz vor Witterungseinflüssen bauen. Dann kann es richtig losgehen.

Wir wünschen Herrn Leutner weiterhin viel Erfolg und Freude an seiner Tätigkeit.

MCS SPENDET 25.000 EURO für UNICEF Hilfe in der Ukraine

Der Convenience-Großhändler MCS unterstützt die Aktivitäten der Hilfsorganisation UNICEF in der Ukraine mit einer Spende in Höhe von 25.000 Euro.

Die UNICEF ist in der Ukraine und in vielen Nachbarländern im Einsatz, um geflüchtete Familien mit dem Nötigsten zu versorgen. Entlang der Fluchtrouten richtet

UNICEF in den Grenzgebieten mehrerer Länder, etwa in Moldau und Rumänien, Anlaufstellen für geflüchtete Kinder und ihre Familien ein.

Ergänzend zu den Sach- und Geldspenden der MCS-Regionalpartner unterstützt die MCS daher mit dieser Spende die Arbeit der Hilfsorganisation im Kriegsgebiet.



UNITIEXPO: SCAN & GO

Digital Signage und Influencer Sortimente begeistern Kunden am MCS Stand

Der Tankstellenlieferant MCS zeigte auf der UNITIExpo in Stuttgart ein breites Feld an neuen Dienstleistungen und Sortimenten. Nach der langen erzwungenen Messepause hatten Tankstellenbetreiber nun die Möglichkeit, eine Reihe von Innovationen zu begutachten.

„Die UNITIExpo war für uns ein voller Erfolg. Man hat gemerkt, dass die Branche hungrig nach einer Messe war und wir freuen uns über das starke Interesse an unseren Neuheiten – egal ob digital oder analog,“ bewertet MCS Geschäftsführer Torsten Eichinger die drei Tage in Stuttgart.

Bei den digitalen Tools stießen insbesondere die Konzepte Scan & Go und Digital Signage auf große Kundennachfrage. Die Möglichkeit, ganz einfach mit dem Smartphone die Einkäufe im Shop zu tätigen und zu bezahlen, entspricht dem klassischen Convenience Gedanken. Die einfache Umsetzung für Shopbetreiber und vergleichsweise niedrigen Kosten senken die Einführungshürden deutlich.

Die Kombination aus der kostenlosen MCS Mediathek, mit hunderten Video- und Bildvorlagen und der Schnittstelle zu einem professionellen Digital Signage System, sorgte bei den Kunden für großes Interesse.

Die digitalen Lösungen wurden durch verschiedene Sortimentskonzepte ergänzt, die teilweise erstmals gezeigt wurden. Speziell für die junge Generation wurden verschiedene Trendsortimente präsentiert. „Man muss stetig am Puls der Zeit sein und gerade für die jungen Shopkunden laufend Neues anbieten. Egal ob Shisha, Influencer-Produkte oder ausländische Trendprodukte.“ Mit unserem Konzept #New Generation bieten wir das breite Spektrum dessen, was junge Kunden momentan wünschen“, erläutert MCS Category Manager Fabian Brüderle.



Benjamin Halir von der MCS erklärt, wie einfach Digital Signage angewandt werden kann.



Der Messestand.

DAS ERFOLGSREZEPT DER INFLUENCER-PRODUKTE



Besonders junge Leute orientieren sich an den Produkt- und Kaufempfehlungen, die sie in den sozialen Medien sehen.



Beim MCS Convenience Campus offenbarten die Macher von erfolgreichen Influencer-Produkten ihre Erfolgsgeheimnisse.

Social Media- und Influencer-Marketing sind zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren von neuen Produkten geworden. Eine Studie des BVDW (Bundesverband für Digitale Wirtschaft) zeigt, dass Influencer-Marketing immer wichtiger wird. Jeder Fünfte (19 Prozent) hat schon einmal ein Produkt gekauft, weil es von einem Influencer empfohlen wurde. In der Zielgruppe der 16- bis 24-Jährigen kauft fast jeder Zweite (43 Prozent) Artikel auf Empfehlung von Influencern.

Auch Tankstellenbetreiber können sich das Influencer-Marketing zu Nutze machen, um den Umsatz zu steigern und eine jüngere Zielgruppe in den Shop zu holen. Wie das funktioniert, wurde beim MCS Convenience Campus mit dem Thema „Einfluss der Influencer auf das Shopgeschäft“ erklärt. Die Macher hinter den bekannten Eistee-Marken 4 Bro, Dirtea, Haftea und Bratee sowie von Cookie Bros (Keksteig zum Löffeln) gaben ihre Erfolgsgeheimnisse preis. Neben der richtigen Ansprache der Zielgruppe über Social Media sind vor allem Produktneuheiten, die die Tankstelle zu einem Verkaufsort von Trendprodukten machen, entscheidend.

Der Hype um Eistee

Dadurch, dass Influencer ihre eigenen Produkte entwerfen und über Social Media vermarkten, entsteht in der Community ein Hype um diese Produkte. Die Fans haben das Gefühl, bei der Entstehung des Produktes in-

volviert zu sein und so ihrem Idol näher zu kommen. Das bestätigte sich vor allem im vergangenen Jahr: Bekannte Rapper wie Capital Bra (Bratee), Haftbefehl (Haftea) und Shirin David (Dirtea) launchten ihre eigenen Eistees. Die Zahlen sprechen für sich: Der Konsum von Eistee ist in diesem Jahr um über 32 Prozent gestiegen, vor allem bei den unter 30-Jährigen. Laut einer Studie von Mafowerk gaben knapp 40 Prozent aller Befragten an, mehr Eistee als im Vorjahr zu trinken. Der Eistee hat sich vom Durstlöscher mit Geschmack zum hippen Lifestyle-Getränk gewandelt, lautet das Fazit der Studie.

Auch im Shopgeschäft war der Hype um Eistee zu merken. „In den letzten zwölf Monaten hatten wir an den Tankstellen ein Wachstum in dieser Kategorie von 30 Prozent. Damit hat sich der Eistee innerhalb der Kategorie alkoholfreie Getränke weit nach vorne katapultiert“, so MCS Category Manager Fabian Brüderle. Auch Arnd Luther, Category Manager bei Team Energie, berichtet von einem zweistelligen Umsatzwachstum.

Aber was macht den Eistee der Influencer so beliebt? Neben dem ansprechenden hippen Design und den außergewöhnlichen Geschmacksrichtungen wie Kaugummi oder Zuckerwatte sorgt auch die Vermarktung über Social Media für den großen Erfolg, weiß Brüderle. „Die klassischen Eisteehersteller haben verloren und die neuen Sorten gewonnen“, fügt Luther hinzu.

Was ist der nächste Hype?

Nicht nur mit Eistee ist der Erfolg möglich. Die Experten sind immer auf der Suche nach neuen Trends für Produktinnovationen. Außergewöhnliche Zutaten, eine einfache Handhabung in praktischen To-Go-Formaten sowie aktuelle Themen wie Nachhaltigkeit, gesunde Ernährung oder Regionalität spielen dabei eine Rolle. „Man muss einfach mal Dinge ausprobieren, die ganz anders sind als alles, was es gibt. Das kommt bei den jungen Leuten sehr gut an“, rät Jason Ammon von Can Life (Haftea).

Zu Eistee passt laut Luther der Verkauf von Shisha-Produkten, da sich die Zielgruppen der beiden Produkte überschneiden. Viele Prominente und Influencer haben zudem alkoholische Getränke wie Bier, Wein, Gin oder Wodka auf den Markt gebracht. Und auch alkoholfreie Varianten der Spirituosen sowie ausgefallene Geschmacksrichtungen sind zurzeit gefragt.

Eis und Schokoriegel seien dagegen Standardprodukte, die bereits mit starken Anbietern vertreten sind, so Engin Ergün von 4 Bros. Der Unternehmer ist sich sicher, mit seiner Produktneuheit Reelz, Cerealien To-Go, an den Erfolg des 4 Bro Eistees anknüpfen zu können. „Das wird sehr gut funktionieren, auch an Tankstellen. Denn die Cerealien kann man mit Milch genießen, so wie man es kennt, aber auch pur auf dem Weg.“

**„Man muss Dinge ausprobieren,
die ganz anders sind als alles, was es gibt.“**

Jason Ammon, Gründer von Can Life

Auch Mark Mühürçüoğlu vom Unternehmen Sugar Dadies konnte mit seinem Keksteig To-Go einen Hype auslösen. Die Cookie Bros Produktlinie wurde nun um einen Keksteigriegel „The Riegel“ erweitert. Zur Vermarktung hat Mühürçüoğlu unter anderem den bekannten Twitcher Knossi ins Boot geholt. Insgesamt gab es Kooperationen mit 800 Influencern. „Mittlerweile sind wir mit unserem Tiktok-Kanal selber zum Influencer geworden und so nicht auf andere angewiesen“, sagt Mühürçüoğlu.

Die Community ist das Erfolgsgeheimnis

Um Trends zu entdecken und daraus neue Produkte zu kreieren, die der Community gefallen, ist besonders der Austausch über Social Media wichtig, so Ergün. „Bevor wir den 4Bro Eistee auf den Markt gebracht haben, bin ich in die Shisha-Bar gegangen und habe die Community gefragt, was sie wollen.“

Dabei herausgekommen ist ein Eistee mit Kaugummigeschmack, den 200 Leute aus der Community bei einem Tasting probieren durften. Dadurch ist die Community aktiv am Entstehungsprozess beteiligt und baut eine Be-

ziehung zu dem Produkt auf. Diesen Co-Creation-Prozess setzen immer mehr Unternehmen wie DHL, Lego oder Ikea ein, um die Kunden an die Marke zu binden. „Wir wollen den Leuten mit unseren Produkten etwas zurückgeben“, sagt Ergün. So ist auch die Idee entstanden, eine Bro-App auf den Markt zu bringen. Die App hat inzwischen über einer Million Downloads. „Wenn die Bros unsere Artikel konsumieren und uns empfehlen oder an Challenges teilnehmen, belohnen wir das mit Gutscheinen“, erklärt Ergün. Die App hat außerdem eine Ortungsfunktion, die anzeigt, wo die 4Bro Produkte verkauft werden. „Wir möchten unsere Partner dadurch in das Projekt einbinden. Auch mit Tankstellen und Kiosken möchten wir das in Zukunft machen“, kündigt Ergün an.

Ein neues Image für die Tankstelle

Im Shopgeschäft lässt sich von dem enormen Einflusspotential und der großen Reichweite der Influencer profitieren, wenn man ein paar Dinge beachtet. Neben einer guten Produktplatzierung in einem Neuheitenregal im Eingangsbereich ist vor allem die Ansprache der Kunden entscheidend, sind sich die Experten einig. „Um die junge Zielgruppe anzusprechen, gibt es verschiedene Möglichkeiten“, erklärt Daniel Knüver vom MCS-Partner Naschwelt. Dabei ist Kreativität gefragt: „Wir haben zum Beispiel Kooperationen mit Fahrschulen. Die packen den Eistee mit in die Geschenktüte zur bestandenen Prüfung.“

Zudem sollten Tankstellenkunden als Einkaufskonsumenten, die extra aufgrund der Influencer-Produkte in die Station kommen, betrachtet werden. Die Kunden müssen über Social Media aktiv in die Tankstelle geholt werden. „Das verbreitet sich selbst auf dem Dorf schnell, dort gibt es mittlerweile auch Internet. Nur so wird man zum Gesprächsthema“, sagt Knüver. Die Tankstelle wandelt dadurch ihr Image zu einem Verkaufsort für innovative Trendprodukte. Wenn die Tankstelle Exklusivverträge mit Marken von Influencern schließt, kann dieses neue Image noch verstärkt werden.



Influencer teilen ihr privates Leben mit der Community. So wird ein Vertrauensverhältnis ähnlich wie bei einer Freundschaft aufgebaut.

VIEL LOS: SHISHA MESSE FRANKFURT

Es gibt sie seit über 500 Jahren: Die Wasserpfeife „Shisha“. Aufgekommen im persischen Reich, verbreitete sich die Shisha samt einer Gemeinschaftskultur nach Indien und in die arabische Welt. Auch in Europa ist das Shisha-Rauchen bekannt und zunehmend beliebt. Das Rauchen von Tabak mit verschiedenen Aromen gilt manchen als Zigaretten-Ersatz, anderen als Aspekt des geselligen Miteinanders.

Internationaler Dreh- und Angelpunkt dieses Trends ist seit fast zehn Jahren die Frankfurter ShishaMesse. Rund 35.000 Gäste besuchen in dieser Zeit die Messehallen, um sich die Fachmesse mit ihren über 300 Marken anzuschauen. Dabei erwartet sie ein vielfältiges Waren- und Dienstleistungsangebot: Tabak, Wasserpfeifen und -bedarf, speziell hergestelltes Mobiliar, Dekoration und die komplette Barausstattung. Natürlich geht es auch auf dieser Messe viel darum, persönliche Kontakte zu knüpfen oder zu vertiefen, sich mit Trends vertraut zu machen und Neuheiten zu probieren.

Diese Chance ließen sich – erst recht nach den Entbehrungen durch die Pandemie – Shisharaucher, Groß- und Einzelhändler aus dem In- und Ausland, Freunde und Sympathisanten der Shisha sowie Existenzgründer und Barbetreiber nicht entgehen. Ihre Gespräche drehten

sich dabei auch viel um E-Shishas, die mittlerweile von bekannten Herstellern wie Holster und 187 ins Sortiment aufgenommen wurden.

Auch wir aus dem Hause Utz sind für die Messe nach Frankfurt gereist. Der Trend zur E-Shisha hat uns besonders interessiert. Unserer Einschätzung nach wird es Marken, um die es schon jetzt einen Hype gibt, weiter stärken – auch dank starkem Influencer Marketing bekannter Rapper.

Auch über den bevorstehenden Wechsel von der 200 g-Dose auf 20 g-Packungen hätten wir gerne mehr erfahren. Allerdings konnte uns dazu niemand Auskunft geben. Immerhin haben wir vom Messechef einige der neuen Packungen bekommen. Daher wissen wir nun: Das Format gleicht einer Zigarettschachtel und ist im Verhältnis zur bisherigen Dose sehr teuer. Zu den unangenehmeren Themen wie Fehlmengen oder verspätete Lieferungen können wir leider nichts neues berichten. Hier wurde auf die übrigen Marken verwiesen, auf die man ausweichen könne.

Sie sehen: Nicht auf alle Fragen bekamen wir Antworten. Der Besuch der Messe war dennoch ein Gewinn und sehr interessant!



(v.l.n.r.) Fabian Brüderle (Category Manager bei MCS) Nicolai Kramer (Einkäufer Utz) und Patrick Wenk (Verkaufsleiter Convenience Utz).



Lounges zum Chillen und Verköstigen.



Shishas gibt es in allen möglichen Variationen – soweit das Auge reicht.





WEINSCHORLE




UNGLAUBLICH
SPRITZIG
UND SENSATIONELL
LECKER!

ALLE GUTEN DINGE SIND 3

3. Ausbildungsjahr erfolgreich beendet!



Daniel Wenger und Laura Karl freuen sich, dass sie die Ausbildung hervorragend abgeschlossen haben.

Wieder einmal dürfen wir in der Juni-Ausgabe zwei jungen Menschen herzlich zur erfolgreich abgeschlossenen Ausbildung beglückwünschen: Laura Karl und Daniel Wenger.

Beide haben nur noch ihre mündliche Prüfung vor sich, danach dürfen sich die beiden offiziell als Kauffrau bzw. Kaufmann im Groß- und Außenhandel (Fachrichtung Großhandel) bezeichnen.

Beide starteten ihre Ausbildung in unserem Haus am 01.09.2019. Damals ahnte noch keiner, dass den beiden fast alle drei Jahre der Ausbildung Corona einen Strich durch die Rechnung machen würde. So wurde aus den Präsenzschiultagen plötzlich Home-Schooling, die Maske kam in die Arbeitstasche und regelmäßiges Testen gehörte zur Tagesordnung. Nichts desto trotz haben wir versucht unseren beiden Auszubildenden eine normale Ausbildung zu ermöglichen.

Die beiden durchliefen trotz der angespannten und nicht immer einfachen Situation alle Abteilungen im Unternehmen. Von der Wareneinlagerung bis zur Kommissionierung, vom Kundenservice bis in die Buchhaltung und von der Auftragsbearbeitung in die Marketingabteilung. In allen Bereichen hatten die beiden Einblicke und konnten hier die Aufgaben und Abläufe kennenlernen und bereits erste Aufgaben auch eigenständig erledigen. So waren sie in den Hochzeiten von Corona maßgeblich daran beteiligt, unsere Kunden für die Hamsterkäufe zu wappnen und diese Aufträge zu kommissionieren.

Nun möchten wir uns bei Frau Karl und Herrn Wenger ganz herzlich für die vergangenen drei Jahre bedanken. Herr Wenger verlässt unser Unternehmen um eine Ausbildung im bautechnischen Bereich zu beginnen und Frau Karl unterstützt uns bis auf weiteres in der Logistik.

Wir wünschen ihnen für den weiteren Lebensweg alles erdenklich Gute! Und wer weiß, vielleicht sehen wir uns irgendwann einmal wieder.

REALSCHULE OCHSENHAUSEN

gibt Berufsorientierung

Erst Schule...und dann? Diese Frage stellten sich wohl die meisten der vielen Teilnehmer am Berufsinfotag Anfang Mai. Dort fand endlich wieder eine Ausbildungsmesse statt – die erste seit der Corona-Pandemie.

Traditionell und immer wieder gerne ist dort auch unser Haus vertreten. Mit einem schönen Stand versuchen wir den angehenden Azubis Orientierung auf der Suche nach dem passenden Beruf zu geben. Das können die aktuellen Auszubildenden besonders gut – weshalb sie gemeinsam mit unserem Geschäftsführer und Personalleiter Matthias Utz ihre Berufe und das gesamte Unternehmen vorstellten.

So kamen Laura Karl, Lena Thanner, Lena Reinberger, Daniel Wenger, Gabriel Haas und Matthias Utz mit vielen

jungen Schülern ins Gespräch und standen freundlich Rede und Antwort. Jedem Besucher überreichten sie eine Tüte Leckeres: Süßigkeiten, Getränke, Lebensmittel sowie Informationen rund um die Utz-Ausbildung. Tüten und Informationen trafen auf viel Interesse.

Die angehenden Absolventen erfahren viel Wissenswertes über die Ausbildungswege zum Kaufmann im Groß- und Außenhandel, zur Fachkraft für Lagerlogistik, zum Einzelhandelskaufmann und zum Berufskraftfahrer. Und auch wenn diese Berufsbezeichnungen immer noch rein maskulin sind, so ist die Realität glücklicherweise anders und alle Berufen stehen „m/w/d“ offen!

Wir möchten uns ganz herzlich bei unseren Azubis für die tolle Organisation bedanken!



(v.l.n.r.) Lena Thanner, Lena Reinberger und Laura Karl.



Eine Tüte mit lauter leckeren Sachen.



Roll-Up`s und Plakate dürfen natürlich nicht fehlen, um die Firma auf einem Blick gut darzustellen.

MESSEGEWINNER

Die Messegewinner der Frühjahrs-Schriftmesse sind:

1. PREIS	2. PREIS	3. PREIS
Kaffeevollautomat: Nah&Frisch Zech in Oberostendorf	Jägermeister Zapfanlage: RAN-Station Baumann in Leutkirch	Jägermeister Mini Kühlschrank: Tank-Waschpark in Oberteuringen
4. - 6. PREIS	7.-9. PREIS	10. PREIS
Red Bull Pullover: Um's Eck Müller in Tomerdingen BAG in Seibranz Miller in Metzingen	Red Bull T-Shirt: RAN-Station Modes in Aichach BiDu Autohof in Aichstetten PS-Laden Tankstelle Hagmeyer in Amstetten	Snickers Leder Sporttasche: Dorfladen Opfenbach

Wir gratulieren allen Gewinnern herzlich und freuen uns Sie im Herbst in unserem Logistikzentrum begrüßen zu dürfen.



Aktion läuft noch bis 31. Oktober 2022!
goldochsen.de/kronkorken



Kronkorken Sammelaktion

Gold Ochsen genießen lohnt sich

Mit etwas Glück die auf den Innenseiten unserer Kronkorken versteckten Ochsen finden, sammeln und schon ab 5 Bonus-Kronkorken* gegen tolle Prämien eintauschen.

10 Ochsen (Beer Bag)

30 Ochsen (T-Shirt)

35 Ochsen (Beer Barrel)

110 Ochsen (Hammock)

150 Ochsen (Headphones)

Attraktive Prämien ab 5 Ochsen

*Die Verteilung der Bonus-Kronkorken erfolgt maschinell und zufällig – daher ist die Anzahl der versteckten Ochsen je Kasten oder Sixpack immer unterschiedlich.