



Frank Rehme

ren“, sagte Riehle. Dadurch könnten so gut wie immer Rückstände festgestellt werden. „Aber egal, was Statistiken ergeben – wichtig ist am Ende die Verkehrsfähigkeit der Ware“, unterstrich Claußen.

senden Vertreter des LEH, beim Thema Pflanzenschutz einen gemeinsamen Weg zu gehen. Vielen Betrieben drohe ihr Aus durch wirtschaftlichen Schäden.

Ein konkretes Beispiel erörterten in einem der Foren zum Thema Beerenobst

„Durch den DOGK wurde mir noch klarer, wie Verpackung als ‚stiller Verkäufer‘ funktioniert“, so ein Delegierter

Thies Claußen und Jochen Riehle von Eurofins. Beeren würden wegen vermeintlich überhöhter MRLs oftmals ins Visier der Verbraucherschützer geraten, so die Fachleute. Wie niedrig die wirklichen Belastungen sind, unterstrichen Thies Claußen und Jochen Riehle in ihrer Präsentation. „Oft verzerren Statistiken die realen Zahlen. Die



Gerhard Schulz

Ergebnisse hängen stark von der Anzahl der Proben ab.“ Und diese sei in den allermeisten Fällen gegeben. „Es lohnt sich, die veröffentlichten Ergebnisse zu hinterfragen. Denn heute kann man die Proben bis auf zwei Nachkommastellen genau analysie-

Durch Ausbildung Selbstbewusstsein der Mitarbeiter am PoS stärken

Einem weit positiveren Thema widmeten sich Hans-Jürgen Kirsch von Globus sowie Dirk Hohmann und Matthias Ruppel von Rewe Dortmund. Sie bewiesen, dass das Thema Know-how und Ausbildung im Grünen Sortiment in ihren Unternehmen ernst genommen wird. „Mitarbeiter sind unsere Stärke. Deshalb ist es uns ein Anliegen, das Selbstbewusstsein zu stärken“, betonte Hans Jürgen Kirsch in seinem engagierten Vortrag. Er erläuterte den umfangreichen Aus-

bildungsgang zum/zur IHK zertifizierten Fachverkäufer/-verkäuferin bei Globus. „Mit großer Freude habe ich gesehen, mit wie viel Einsatz unsere Mitarbeiter an ihrer Fort- und Ausbildung mitgemacht haben.“ Der Lehrgang umfasste neben intensiver Warenkunde auch Themen wie Logistik, Qualitätssicherung, Wareneingangskontrollen, Warenannahme oder auch HHACP am Point of Sale und im Lager. Zudem mussten die Ausbildungsteilnehmer eigenständig Obst und Gemüse kreativ in Szene setzen. „Mit viel Eifer und Spass sind sehr anspruchsvolle und schöne Präsentationen zustande gekommen“, führte Kirsch aus. Ihm ist der Stolz auf seine erfolgreichen Mitarbeiter noch immer deutlich anzumerken. Das Selbstbewusstsein durch gezielte Fort- und Ausbildung stärken ist auch das Anliegen der Rewe Dortmund, die seit 2009 das Schulungsprojekt „fresh family“ realisiert. „Die Mitarbeiter sollen mit ihrem Fachwissen die Kunden in den Märkten beraten und ihnen zur Seite stehen“, hob Dirk Hohmann hervor. In der klassischen LEH-Ausbildung sei Obst und Gemüse nur ein Teilaspekt. Das „fresh family“-Projekt soll bei den Mitarbeitern eine neue Lust auf Obst und Gemüse wecken. Ziel sei es aber auch, eine nachhaltige Ertragssteigerung

der Obst- und Gemüseabteilung zu erzielen, betonte auch Matthias Ruppel. „Leidenschaft und Herzblut werden vom ersten Tag an verlangt.“ Die Rewe Dortmund habe zudem auch ein Warenkunde-Konzept für Kassiererinnen entwickelt, um dort die Kompetenz der Mitarbeiter zu steigern.

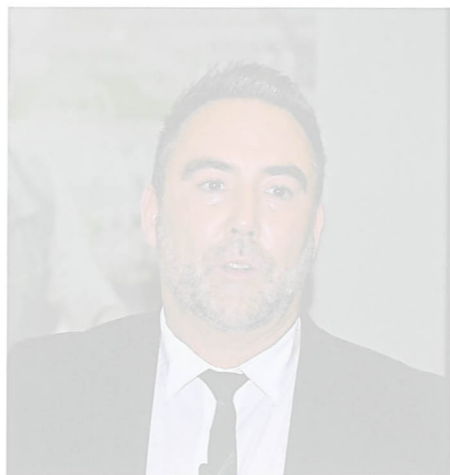
„Richtige Verpackung beeinflusst den Einkauf am PoS“

Wie wichtig die Verpackung für das richtige Marketing ist, zeigten Claudia Schuh von Lorentzen & Sievers und Rainer Dony von Polytrade im Forum „Bessere Präsentation – besserer Abverkauf?“. „Es gibt einen Markt für bessere Verpackung“, zeigte sich Claudia Schuh überzeugt. „Denn das Kaufverhalten ist zu 80% emotional und hier kann die Verpackung viel bewegen.“



Claudia Schuh

So könne man dadurch Zielgruppen wirksam ansprechen und das Konsumverhalten beeinflussen. „Wir haben nur einen kurzen Moment, um das Auge des Verbrauchers auf unser Produkt zu lenken.“ Deshalb sei die Bildsprache einer Verpackung wichtiger als der Text. Das Material der Verpackung



Hans-Jürgen Kirsch



Dr. Johannes Simons

den Umbruch nannte Stephan Fetsch, KPMG, die Alterung der Bevölkerung, steigende Energiepreise sowie veränderte Ansprüche der Kunden an Gesundheit, Flexibilität und Internet-Anbindung. Dürften klein-

flächige Geschäfte, Convenience-Shops und der Online-Handel gute Perspektiven haben, sollten sich großflächige Supermärkte und Discounter auf härtere Zeiten einstellen, prognostizierte Stephan Fetsch. „Besser sehen die Perspektiven für kleinflächige Geschäfte und Convenience-Shops aus, die sowohl emotional wie auch funktional überzeugen können und nicht unter hohen Logistikkosten ächzen“, so Fetsch. Ebenfalls gute Aussichten habe der Online-Handel, welcher durch sehr flexible Angebote den Bedürfnissen vieler Konsumenten gerecht werde. „Kehrseite sind hier freilich die hohen Logistikkosten.“

Um den Konsum anzuregen und bessere Preise zu erzielen, empfahl Frank Rehme, Metro Group, der O+G-Branche, noch stärker auf emotionale Verkaufskontexte zu setzen. Als Beispiel nannte er emotional aufgeladene Coffee to go-Konzepte, bei denen die Kunden bereit seien, deutlich mehr Geld zu bezahlen. Neben webbasierten Verkaufskonzepten werde aufgrund des demographischen Wandels auch die Nahversorgung eine Renaissance erleben. „Das Online-Geschäft wird zwar in den kommenden Jahren massiv an Bedeutung gewinnen, aber nicht zum Marktstandard werden. Der Lebensmittelkauf um die Ecke wird wieder wichtiger werden.“

Verkaufen 2020 – Vertriebswege der Zukunft

Wie in Zukunft eingekauft wird und welche Rolle dabei moderne Kommunikationsmedien spielen, stand während des DOGK im Fokus des Parallel-Forums „Verkaufen 2020 – Vertriebswege der Zukunft“. Als wesentliche Ursachen für den zu erwartenden



Diese junge Dame sorgte für einen leuchtenden Farbtupfer.

„Trotzdem wird Verpackung allzu häufig nur als Kostenfaktor gesehen“, kritisierte Rainer Dony. „Dabei werden Chancen verspielt, da die Konsumenten in erster Linie die Verpackung wahrnehmen.“ Mit der Verpackung als so genannter „stiller Verkäufer“ könne deutlich mehr gemacht werden als bisher. „Sie ist ein kostenloser Kommunikator – direkter geht die Ansprache der Konsumenten kaum.“ Beide waren sich einig: „Schlecht gestaltet Verpackung wirkt negativ auf das Produkt.“

„Achten sie stets darauf, dass Ihre Mitbewerber nicht ihre Freunde sind“, begann Dr. Otto Strecker von AFC Management Consulting seinen Vortrag zum Thema. Kartelle seien nicht grundsätzlich schlecht. Sie könnten auch wohlfahrtstiftende Wirkung haben. Deshalb gebe es viele Ausnahmen, die aber in der Landwirtschaft dazu führten, dass das Kartellverbot bei dem einen oder anderen in Vergessenheit geriete. „Ähnlich wie beim Thema Korruption werden heute kartellrechtliche Delikte kaum

Konzentration, Kooperation, Kartellrecht

dem Bekanntwerden des „Kartoffelkartells“ in diesem Jahr ist das brisante aber auch komplizierte Thema in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit gerückt. Das Bundeskartellamt erfüllt zahlreiche Kontroll- und Überwachungs-Aufgaben darunter auch die relativ neue Strukturkontrolle im LEH. Vor allem Preisabsprachen und Wettbewerbsbeschränkungen durch Fusionen stehen hier im Vordergrund. Es gebe großzügige Freistellungen vom Kartellverbot sowohl nach deutschen als auch nach europäischem Recht, wenn effizienzsteigernde Kooperationen eingegangen würden, führte sie aus.

noch als gesellschaftlich akzeptable Delikte angesehen. Da habe sich viel getan, betonte Dr. Strecker. „Ein Verstoß gegen das Kartellrecht betrifft nicht nur Unternehmen, sondern auch Mitarbeiter. Dies kann zu disziplinarischen Maßnahmen bis hin zum Verlust des Arbeitsplatzes und Schadensersatzforderungen führen.“ Über die rechtlichen Rahmenbedingungen in der Praxis hatte zuvor Birgit Krueger vom Bundeskartellamt die zahlreichen Zuhörer informiert. Sie gab eine interessante Zusammenfassung der kartellrechtlichen Grundlagen und Aufgaben der Behörde. Spätestens seit



Birgit Krueger



Dr. Otto A. Strecker

dem Bekanntwerden des „Kartoffelkartells“ in diesem Jahr ist das brisante aber auch komplizierte Thema in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit gerückt. Das Bundeskartellamt erfüllt zahlreiche Kontroll- und Überwachungs-Aufgaben darunter auch die relativ neue Strukturkontrolle im LEH. Vor allem Preisabsprachen und Wettbewerbsbeschränkungen durch Fusionen stehen hier im Vordergrund. Es gebe großzügige Freistellungen vom Kartellverbot sowohl nach deutschen als auch nach europäischem Recht, wenn effizienzsteigernde Kooperationen eingegangen würden, führte sie aus.

g.b./m.s./ric