



AUSGABE 6/7 2014

Keine Abstriche bei der Lebensmittelsicherheit

UBA-Veranstaltung zu Lebensmittelvernichtung

Der deutsche Lebensmittelhandel unternimmt weiterhin große Anstrengungen, um Lebensmittelverluste so gering wie möglich zu halten. Das betonte Franz-Martin Rausch anlässlich eines Fachgesprächs am 24. Juni dieses Jahres in Berlin.

Auf Einladung des Umweltbundesamtes (UBA) diskutierte der BVLH-Hauptgeschäftsführer auf einer Tagung mit Teilnehmern aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Verbänden Maßnahmen und Strategien zur Reduktion von Lebensmittelabfällen.

Ein Forschungsvorhaben des UBA, das die Umweltauswirkungen der Lebensmittelabfälle in Deutschland in den Fokus stellt und dessen erste Ergebnisse auf der Fachtagung vorgestellt wurden, empfiehlt unter anderem, „rechtliche Standards und Handelsnormen sowie Haftungs- und Hygienevorschriften, die unnötigerweise zu Lebensmittelabfällen führen“, zu streichen.

Rausch zeigte sich diesen Vorschlägen gegenüber skeptisch. Qualitätsnormen seien ein unverzichtbares Mittel im weltweiten Warenverkehr, dass sowohl dem Handel als auch dem Erzeuger beziehungsweise Produzenten der Ware zu Gute komme. Bei der Senkung von Hygienevorschriften müsse immer auf die Sicherheit der Lebensmittel geachtet werden. Hier werde der Handel keine Kompromisse zu Lasten der Kunden eingehen.

Vielmehr machte der BVLH-Hauptgeschäftsführer in der Diskussionsrunde erneut deutlich, dass die Unternehmen durch eine ständige Verbesserung der Warenwirtschaft, durch Abverkaufsaktionen und durch die Zusammenarbeit mit karitativen Organisationen mit Nachdruck an einer weiteren Reduzierung der Verluste arbeiten.

Entwicklungspotenzial bei Lebensmittel-Onlineshops

EHI-Studie zum Reifegrad von Onlineshops erschienen

Im Vergleich zu virtuellen Marktplätzen für Unterhaltungselektronik oder Möbeln besitzen Lebensmittel-Onlineshops noch einen geringen Reifegrad. Das ist eines der Ergebnisse der Studie „Reifegrad-Analyse Onlineshops 2014“ des EHI Retail Instituts.

Bewertet wurde nach einem Punktesystem, dem Onlineshop-Maturity-Index (OMI). Maximal konnten 150 Punkte erreicht werden. Während der Durchschnitt aller untersuchten Shops 66 Punkte beträgt, hat der beste Shop einen Punktwert von 120 erreicht.

Lebensmittel-Onlineshops erreichen im Durchschnitt 59 Punkte. Dabei ist die Spreizung innerhalb der untersuchten Branche relativ groß. Während Spezialversender mit 100 Punkten und mehr einen hohen Reifegrad erreichen, finden sich bei Vollsortimentanbietern weniger ausgereifte Shops. „Wir sehen hier Potenzial für neue Wettbewerber. Speziell der



Lebensmittelhandel wartet auf einen Anbieter, der seine Erfahrung in diesen Markt trägt“, sagt Marco Atzberger, Mitglied der EHI-Geschäftsleitung.

Der Reifegrad eines Onlineshops bemisst sich an unterschiedlichen Kriterien, die dazu beitragen, den Einkauf für den Kunden komfortabel, sicher und angenehm zu gestalten. Voraussetzung für einen hohen Reifegrad sind beispielsweise die benutzerfreundliche Aufmachung der Internetseite, eine gute Produktpräsentation und Produktsuche, eine sichere Datenübertragung und die unkomplizierte Gestaltung des Bezahl-, Liefer- und Rückgabeprozesses.

Auf Basis der 1.000 umsatzstärksten Onlineshops in Deutschland wurden in der Studie „Reifegrad-Analyse Onlineshops 2014“ die 741 Shops, die ein Gütesiegel tragen und/oder den Rechnungskauf anbieten, von März bis Mai 2014 nach 81 Kriterien in 9 Kategorien bewertet. Neben der Einzelbewertung wurden die Ergebnisse auch zu Branchenwerten verdichtet.

Bestellung: www.ehi-shop.de/studie-reifegrad-analyse-onlineshops-2014

oder bei: Claudia Husseck, 0221-57993-64, husseck@ehi.org

Preis: 480,- Euro zzgl. MwSt. / ISBN: 978-3-87257-426-8

Dem mobil vernetzten Kunden auf der Spur.

ECR-Tag 2014 verleiht neue Impulse für mehr Kundenorientierung

Unternehmen brauchen umfassendes Wissen darüber, welche Kanäle Verbraucher für ihren Konsum nutzen und wie diese miteinander verknüpft sind. Das so genannte Multi- oder Crosschannel-Know-how, ist heute wichtiger denn je, denn die digitale Revolution beeinflusst das Informations- sowie das Konsumverhalten der Verbraucher und hat damit vielschichtige Auswirkungen auf die Marketingstrategie eines Unternehmens.

Welche Technologien sind beim Konsumenten angesagt und welche gehören bereits zum alten Eisen? Führt im Multichannel-Geschäft jeder Weg ans Ziel? Wie lässt sich der Wunsch von mehr und mehr Verbrauchern nach Transparenz sowie nach relevanten, korrekten Informationen befriedigen?

Diese und weitere Fragen zum Thema Kundenorientierung (Efficient Consumer-Response - ECR) beantwortet der ECR-Tag 2014, den GS1 Germany am 10 und 11 September dieses Jahres in Nürnberg veranstaltet. An diesen bei den Tagen nehmen Experten aus Industrie und Handel die Kunden und ihre Kanäle unter die Lupe. Dazu zählen beispielsweise: Olaf Gens, Bereichsleiter Corporate Development & Controlling – Marktforschung bei der Rewe Group, Robert Kecskes, Leiter Strategic Customer Development, GfK SE, Franz-Olaf Kallerhoff, Geschäftsführer Procter & Gamble GmbH, Florian Sieg, Vorstand Blume 2000 New Media AG, oder Andrej Busch, CEO DHL Paket Europa.

Das Programm und viele weitere Informationen zum ECR-Tag finden Sie hier:

<http://bit.ly/1mCIMpF>

„Der Lebensmittelhandel braucht qualifizierte Mitarbeiter.“

Neuwieder Lebensmittelfachschule verabschiedet Absolventen

Im Rahmen des Sommerfestes der Bundesfachschule des Lebensmittelhandels am 11. Juli dieses Jahres in Neuwied, erhielten die diesjährigen Absolventen ihre Abschlusszeugnisse. Schulleiter Thorsten Fuchs konnte beim Festakt im Neuwieder food hotel gleich mehrere Gruppen mit den Abschlüssen „staatlich geprüfter Handelsbetriebswirt“ und „geprüfter Handelsfachwirt“ verabschieden.

Die Studenten kommen aus dem gesamten Bundesgebiet nach Neuwied, um an der einzigen Branchenfachschule in Deutschland die Abschlüsse der Bundesfachschule des Lebensmittelhandels zu erlangen. Die Ausbildung zum Handelsbetriebswirt wird in einem 11-monatigen Vollzeitstudium absolviert. Der Handelsfachwirt hingegen wird berufsbegleitend erworben und endet mit einer IHK-Prüfung.

BVLH-Präsident Friedhelm Dornseifer betonte in seinem Grußwort die hohe Bedeutung gut ausgebildeten Nachwuchses für den deutschen Lebensmittelhandel. Deutschland gehe es gut, die Binnennachfrage sei stark. Und die Kunden schauten immer häufiger auf die Qualität, als auf den Preis der Ware. „Wer aber Qualität kauft, der erwartet Auswahl, Service und Beratung. Und dafür braucht der Lebensmittelhandel qualifizierte Mitarbeiter, so Dornseifer.“

Beim anschließenden Sommerfest feierten Absolventen, Ehrengäste und Dozenten gemeinsam mit den zahlreichen Repräsentanten der Lebensmittelwirtschaft bis spät in die Neuwieder Sommernacht.



6 Handelsbetriebswirte und 53 Handelsfachwirte freuen sich über ihre Abschlüsse, die sie an der Bundesfachschule des Lebensmittelhandels in Neuwied erworben haben.

Kaiser's Tengelmann ist die Nummer Eins

Neuwieder Sommercamp ermittelt zum sechsten Mal die besten Nachwuchsteams im Handel

Das Handelshaus aus Mühlheim an der Ruhr hat mit seinem Team „KT-Angels“ am 14. und 15. Juni dieses Jahres das „Neuwieder Sommercamp“ für sich entschieden. In einem spannenden Kopf-an-Kopf-Rennen mit dem Team „Real Royal“ der SB Warenhauskette Real, das erst in der letzten Disziplin entschieden wurde, sicherte sich der Kaiser's Tengelmann-Nachwuchs den Titel. Platz drei erkämpfte sich das Team „die Kleinen Genießer“ von Edeka Klein aus Bad Honnef. Die Top Drei freuten sich neben der Auszeichnung „STAR TEAM - Top-Handels-Nachwuchs 2014“ in Gold, Silber und Bronze auch über die Preisgelder in Höhe von 500, 400 und 300 Euro.

In zwölf branchenspezifischen Wettkampfdisziplinen mussten die Mannschaften, bestehend aus je fünf Teilnehmern von 18 bis 23 Jahren, Beratungskompetenz, warenkundliches und kaufmännisches Wissen, Kreativität bei der Verkaufsförderung, sensorische Fähigkeiten, aber auch Teamwork unter Beweis stellen.

Bei der mittlerweile sechsten Auflage des Branchenwettbewerbs traten 24 Handels-Teams aus dem gesamten Bundesgebiet gegeneinander an. Dazu gehörten Mannschaften von Combi Verbrauchermarkt, Edeka, HIT Handelsgruppe, Kaufland, Kaiser's Tengelmann, Lidl, Metro, Real und Rewe.

Das Neuwieder Sommercamp wird vom Fachmagazin LEBENSMITTEL PRAXIS und der Bundesfachschule des Lebensmittelhandels ausgerichtet.

Informationen sowie Bilder unter www.neuwieder-sommercamp.de und www.facebook.com/NeuwiederSommercamp.



Das Nachwuchsteam von Kaiser's Tengelmann hat die zwölf Wettkampfdisziplinen am besten gemeistert.



Zeitstress führt zu mehr Wochenend- und Abendeinkäufen

GfK untersucht Zusammenhang zwischen zunehmendem Zeitmangel und Einkaufsplanung

Der zunehmende Zeitstress bei Verbrauchern hat spürbare Auswirkungen auf ihr Einkaufsverhalten. Zu diesem Ergebnis kommt die Gesellschaft für Konsumforschung GfK in einer aktuellen Untersuchung. Danach leidet fast ein Drittel aller Haushalte in Deutschland stark beziehungsweise sehr stark unter Zeitstress.

Am stärksten werde der permanente Zeitmangel von jenen Haushalten bzw. Personen empfunden, die mitten im Erwerbsleben stehen, die Kinder erziehen und/oder Karriere machen wollten. Laut GfK sei der Einkauf von Gütern des täglichen Bedarfs (FMCG) vor allem für berufstätige Familien eine Möglichkeit, anderswo dringend benötigte Zeit einzusparen. Bei dieser Zielgruppe aber auch bei jüngeren Verbrauchern verlagere sich der Einkauf auf das Wochenende und auf den Abend.

Wie die GfK ermittelt hat, geben Haushalte, in denen der empfundene Zeitstress hoch beziehungsweise sehr hoch ist, am Wochenende mehr als ein Viertel ihres Gesamtbudgets für FMCG aus. Im Vergleich zu Haushalten mit geringem Zeitstress ist bei diesen Haushalten auch der Anteil der Spätkäufe wesentlich höher. So entfielen bei den zeitknappen Haushalten rund 15 Prozent der FMCG-Umsätze auf Einkäufe nach 18 Uhr. Bei Haushalten mit geringem Zeitstress seien es nur neun Prozent.