

Personen



Seit 1. November 2015 zeichnet **Thomas Keuter** (Foto) in der Geschäftseinheit von Consumer Central Europe (CCE) von Arla Foods für den Vertrieb des Markengeschäfts in Deutschland und Österreich verantwortlich. Der 44-jährige Keuter berichtet an **Winfried Meier**, der als Mitglied der Geschäftsführung von Arla Foods CCE den Vertrieb für Deutschland, Österreich, Belgien, Frankreich und Luxemburg führt. Der diplomierte Volkswirt Keuter wird sich bei Arla um die strategische Aufstellung, Positionierung und Weiterentwicklung des Markenvertriebs kümmern und gemeinsam mit **Nils Döhring** das Category Development vorantreiben. Dabei führt er sowohl das für das Markengeschäft verantwortliche KAM-Team als auch den Außendienst.



Die Hochwald Foods GmbH stellt ihre Geschäftsführung neu auf. Künftig wird die Verantwortung in der Geschäftsführung auf den kaufmännischen Bereich und das Ressort Produktion und Technik aufgeteilt. Das neu geschaffene Geschäftsführungsressort übernimmt als Chief Operating Officer **Karl Eismann**. In der neuen Funktion übernimmt Eismann zusätzlich die Verantwortung für Zentralfunktionen wie zum Beispiel Produktentwicklung/Innovation, Zentrales Qualitätsmanagement und Milkmanagement.

Andreas Utasch, Vertriebsdirektor der Unternehmensgruppe Theo Müller, wird den Konzern nach Informationen der Lebensmittel Zeitung verlassen.



Zum 31. Dezember 2015 zieht sich der Gründer der Molkerei Söbbeke GmbH, **Paul Söbbeke**, aus dem operativen Geschäft zurück und wechselt in den Beirat des Unternehmens. Nach 38 Jahren überlässt Söbbeke die Geschäftsführung nun **Nicolò Polla** (Foto), der sich in den letzten Monaten intensiv in das Unternehmen eingearbeitet hat. Nicolò Polla blickt auf jahrelange Erfahrung im Lebensmittelhandel zurück. In Deutschland, Europa und weiteren Ländern hat er darüber hinaus Erfahrungen als Geschäftsführer bei Markenartiklern gesammelt.

Andreas Strunk hat bei der Molkerei Zott als Produktionschef angeheuert. Letzte Station von Strunk war die Position als Geschäftsführer Produktion bei der Sachsenmilch in Lepersdorf, aus der er im letzten Jahr ausschied.

Heiderbeck

Trendige Feinkost für das Kühlregal

„SB-Trendfood“, so benennt Käsefachvermarkter Heiderbeck in Olching sein breites Sortiment europäischer Käse- und Feinkostspezialitäten, das sich durch handwerkliche Produktion, Kleinverpackungen und vor allem durch Exklusivität auszeichnet. Jetzt ist der neue Katalog 2015/16 erschienen, der wieder eine Reihe hochinteressanter Produkte aus vielen Regionen Europas enthält. Neben Käse aus Italien, speziell auch aus Südtirol, Bulgarien, Griechenland und natürlich auch aus Deutschland sind diesmal auch die neuen Trendsortimente aus der Reihe „Gourmet Bio & Vegan“ mit dabei sowie die Desserts von Pastoret aus Spanien. Der illustrierte Katalog ist über info@heiderbeck.com kostenfrei zu beziehen.



Trendige Köstlichkeiten, die Profit versprechen, sind im neuen SB trendfood-Katalog 2015/16 wieder reichlich zu finden

OC&C Strategy Consultants-Studie

Die beliebtesten Händler in Deutschland

Die Drogeriemarktkette dm ist zum dritten Mal in Folge der beliebteste deutsche Händler und belegt auch im „Proposition-Index 2015“ der internationalen Unternehmensberatung OC&C Strategy Consultants den ersten Platz. Die Studie analysiert jährlich das Leistungsversprechen führender Handelsunternehmen und ermittelt seit 2010 die Kundensicht zu Faktoren wie Preisstellung, Qualität, Auswahl, Einkaufserlebnis, Service sowie die Preis-Leistungs-Wahrnehmung und das Kundenvertrauen. Die Sicht der Konsumenten wird in einer Index-Skala mit einem Maximalwert von 100 zusammengefasst.

In Bezug auf den deutschen Lebensmitteleinzelhandel stellt OC&C fest, dass hier die Kundenzufriedenheit seit Jahren auf hohem Niveau liegt. Dennoch hätten sich die führenden Anbieter weiter verbessern können. Dazu erklärt OC&C: Platz 1 in der Branche geht 2015 erstmals an Aldi. Der Discounter hat viele Filialen aufgewertet und das Sortiment um ausgewählte Markenartikel erweitert. Die Kunden honorieren das mit einer höheren Zufriedenheit. Im Gesamtranking belegt Aldi mit 79,6 Punkten (+1,8) Platz 9. Eine noch stärkere Dynamik als Aldi zeigt Lidl (78,8) und schafft mit einem Wachstum von 2,1 Indexpunkten den Sprung unter die Top 20. Da sich auch Edeka und REWE mit 77,3 bzw. 76,7 Indexpunkten deutlich verbessert haben, rückt die Spitzengruppe immer dichter zusammen. Insgesamt ist im Lebensmitteleinzelhandel seit einigen Jahren ein Angleichungsprozess zwischen

PLATZ	Bewertung (Index-Punkte)
9 Aldi	79,6
14 Kaufland	78,9
15 Globus	78,9
18 Lidl	78,7
25 Edeka	77,3
28 Rewe	76,7
38 Real	75,4
45 Marktkauf	73,7
56 Metro	72,1
60 Famila	71,3
74 Netto	70,1
75 Penny	69,6
82 Kaiser's	67,3
87 Norma	66,5

Discountern und Supermärkten zu beobachten: Die Grenze zwischen günstigen Discountern und qualitätsbewussten Supermärkten weicht deutlich auf. Während die Supermärkte in der Kundenwahrnehmung ihre Preispositionen gestärkt haben, setzen die Discounter zunehmend auf Service und Einkaufserlebnis. Discounter und Supermärkte werden immer austauschbarer. Die Kunden haben diesen Anpassungsprozess durch ein verändertes Kaufverhalten forciert. Sie haben jetzt einen stärkeren Vollversorger-Anspruch an ihre Einkaufsstätte, möchten ihren Bedarf mit einem Einkauf decken und nicht mehrere Geschäfte besuchen müssen.