

Lidl-Verkaufsleiter informierten sich bei Buch und Presse in Hamburg

Die Lebensmittel-Discounter gewinnen für den Pressevertrieb an Bedeutung. Desto wichtiger ist es für das Presse-Grosso, die Kenntnisse der Besonderheiten dieses Sortiments und des Umgangs damit auf Seiten der Verantwortlichen dieser Geschäftsart zu fördern. Mit dieser Zielsetzung veranstaltete die Buch- und Presse-Großvertrieb Hamburg GmbH & Co. KG am 30. September eine Informationsgesellschaft für die Lidl-Regionalgesellschaft in Siek, zu der 61 Filialen zählen.

19 Mitarbeiter aus den Verkaufsleitungen, aus den Ausbildungsleitungen sowie der Geschäftsleitung von Lidl nahmen die Gelegenheit wahr, sich durch das Unternehmen Buch und Presse führen zu lassen sowie die Arbeitsabläufe und Mechanismen des Presse-Grosso-Geschäfts näher kennen zu lernen.

Neben den Lidl-Vertretern waren auch fünf leitende Mitarbeiter der Pressegroßhandlungen Franz Maurer Nachfolger, Lübeck, Pressevertrieb Nord, Hamburg und Heinz-Ulrich Grade, Elmshorn, dabei, die ebenfalls Lidl-Filialen beliefern, die von der Niederlassung in Siek gesteuert werden.

Nach der Schilderung der branchentypischen Besonderheiten durch Jürgen Ueckert, Gesamtvertriebsleiter bei Buch und Presse, nahmen die Gäste die spezifischen Arbeitsabläufe im Presse-Grosso im Echtbetrieb in Augenschein. „Die Lidl-Verkaufsleiter waren hochmotiviert und nutzten die Gelegenheit, auch selbst aktiv zu werden“, berichtete Isabelle Hinze, Leiterin des Kundenservice bei Buch und Presse.

Neben der Zeitschriften-Kommissionierung und der Qualitätssicherung in der Remissionsverarbeitung wurden auf der Betriebsbesichtigung, die sich am Warenfluss orientierte, die Nachlieferung bei Ausverkäufen sowie die Vorteile des VMP-Verfahrens erläutert.

„Die Führung bot die Chance, Presse-Grosso in der Praxis zu erproben und einen Blick hinter die Kulissen zu wagen. Unsere Gäste konnten selbständig an der Media-Craft-Anlage Ware kommissionieren“, sagte Hinze. „Ein besonderes Highlight: in der Remission konnten die Remissionsexemplare der Lidl-Märkte, die im Vorfeld eigens dafür bereitgestellt wurden, gescannt werden.“

Auf diese Weise wurden die möglichen Folgen von Fehlern bei der Remission, etwas beim Verpacken der Ware oder durch eine fehlende Bereitstellung der Remission am vereinbarten Ablageort, anschaulich vermittelt.



Remissionsverarbeitung für Anfänger: Die Gäste von Lidl legten bei der Verarbeitung der Remittenden selbst Hand an

Im Anschluss an den Rundgang wurden die Disposition der Liefermengen und die Bezugsregulierung intensiv diskutiert. Die Sortimentsgestaltung bildete einen weiteren Schwerpunkt des angeregten Meinungsaustausches. Die Frage der Lidl-Vertreter nach einer stärkeren Vereinheitlichung der derzeit verkaufsstellenindividuellen Sortimente konnte mit dem Hinweis auf die standortbezogene Nachfrage der einzelnen Märkte beantwortet werden. „Wir empfehlen in jedem Fall, keine Festlegung auf bestimmte Titel wie zu Beginn der Belieferung vorzunehmen und auf diese Weise die Umsatzpotenziale der einzelnen Verkaufsstellen auszuschöpfen“, appellierte Isabelle Hinze an die Lidl-Geschäftsleitung. Einvernehmlich wurde daraufhin vereinbart, dass die Märkte den zum Start der Belieferung erhaltenen Regalspiegel erneut ausgehändigt bekommen, so dass die übereinstimmende Präsentation der Warengruppen bewahrt wird, aber auch weiterhin die standortbezogene Titelauswahl möglich bleibt.

Feste Mitarbeiter für Regalpflege?

Besondere Aufmerksamkeit wurde der verbesserten Warenpräsentation und der Regalpflege gewidmet. Auch zur Vermeidung von Früh- und Spätremission sprach Isabelle Hinze die Empfehlung aus, in der Organisation der Filialen zu prüfen, ob feste Mitarbeiter für das Presse-Regal benannt werden könnten. So würde letztendlich der Handlingsaufwand reduziert. „Durch eine in den Tagesablauf integrierte Regalpflege sowie das systematische Vorgehen nach den Warengruppen kann zudem die Präsentation deutlich verbessert und somit letztlich mehr verkauft werden“, erläuterte Hinze.

Das Echo der Gäste und der beteiligten Grossisten war durchweg positiv. „Wir werden die Kontakte vertiefen und hoffen darauf, weitere Mitarbeiter der Firma Lidl bei uns begrüßen zu können und ihnen einen umfassenden Einblick in unsere Branche zu verschaffen“, kündigte Jürgen Ueckert zum Abschluss der Veranstaltung an.

Bereits am 16. November begrüßte Buch und Presse zwanzig Auszubildende der Regionalgesellschaft Lidl-Siek zu Veranstaltung „Azubi meet Azubis“, die jedes Jahr sehr erfolgreich von den eigenen Azubis vorbereitet, durchgeführt und nachbereitet wird.



Zufriedene Gäste und Gastgeber: Buch und Presse wird zukünftig weitere Discounter-Mitarbeiter einladen.