

► nachrichten

Schon gehört?

Kreditkarten-Offensive

Weiterentwicklung in punkto Zahlungsmethode im Lebensmittelhandel: Die Discounter Aldi und Lidl sowie der Großflächenbetreiber Kaufland akzeptieren seit Monatsbeginn Juli Kreditkarten. Das gaben die Unternehmen unabhängig voneinander vorab bekannt. Die Kunden können jeweils mit „Mastercard“ und „Visa“ bezahlen. Bei Aldi wird die Kreditkartenzahlung schrittweise eingeführt und soll von 1. September 2015 an in allen Filialen möglich sein.



Foto: Georg Kronenberg

„Blauer Engel“ für Tegut

Zum ersten Mal wird ein Supermarkt mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ ausgezeichnet: die Tegut-Filiale im hessischen Marburg-Cappel. Der Markt sei besonders energieeffizient und verwende nur klimafreundliche, natürliche Kältemittel. Hinter dem Signet steht das Bundesumweltministerium. Staatssekretär Gunther Adler (M.) und Jury-Vorsitzender Dr. Volker Teichert (r.) gratulierten Tegut-Geschäftsführer Thomas Gutberlet.

Lebensmittel-Petition

Die gemeinnützige Umweltstiftung WWF („World Wide Fund For Nature“) hat einen Aufruf gegen das Wegwerfen von Lebensmitteln gestartet. In einer Petition an Bundesregierung und Bundestag fordert die Organisation eine Strategie gegen die Lebensmittelverschwendung. In Deutschland landen pro Jahr 18 Millionen Tonnen Lebensmittel im Müll, schätzt die Stiftung aufgrund einer Studie. Im September 2015 will sie die Unterschriftenliste überreichen.

► Interview des Monats

„Spaß am Job macht auch Kunden glücklich“



Foto: Thomas Fedra

Jens Witteborn, Prokurist Vertrieb, Edeka Minden-Hannover und Fachbeiratsmitglied SUPERMARKT STARS, über Marktleiter-Qualifikationen, Teamerfolg und den Stolz auf die Mitarbeiter

Herr Witteborn, was zeichnet aus Ihrer Sicht einen guten Marktleiter aus?

Neben der fachlichen Kompetenz macht vor allem die Persönlichkeit die Klasse aus. Sich für die Menschen zu interessieren und ihnen zuhören zu können, bilden die besten Voraussetzungen. Ein guter Marktleiter bindet Mitarbeiter in Entscheidungen ein, überträgt Verantwortung und ist fair und loyal. Eine Erfolgsformel gibt es sicher nicht, aber eins hilft mit Sicherheit: Durch Loben und Lächeln Spaß am Job vermitteln. Das spüren Kunden und honorieren es durch Mehrumsätze.

Was macht ein erfolgreiches Team aus?

Jeder Mitarbeiter ist am richtigen Platz eingesetzt, und alle kennen die Ziele des Marktes, an denen man gemeinsam

arbeitet. Eine offene, ehrliche sowie konstruktiv kritische Kommunikation untereinander bildet ein hervorragendes Fundament für den gemeinsamen Erfolg eines Teams!

Aus Ihrem Unternehmen sind zwei Sieger unter den Supermarkt Stars 2015. Was bedeutet diese Auszeichnung für Ihre Handelsorganisation?

Die Auszeichnung erfüllt uns mit Stolz und Freude zugleich. Sie bestätigt uns als Edeka-Markt Minden-Hannover gleichfalls, unseren Führungskräften weiterhin das bestmögliche theoretische Rüstzeug durch interne Schulungen und Personal-Entwicklungsmaßnahmen sowie die unternehmerische Freiheit vor Ort mit auf den Weg zu geben, um sich daraus optimal entfalten zu können.

Interview: Svenja Alberti



Foto: Thomas Fedra

Expertise ist gefragt: Hier in einem Rewe-„Drive in“.

Ausbildung im E-Commerce

Die Handelsbranche reagiert bei der Ausbildung auf den zunehmenden Internetverkauf: Einige Personalmanager regen immer öfter Änderungen des Lernstoffs an. Im Gespräch sind jetzt einem Bericht der Lebensmittel Zeitung zufolge sogar ein Ausbildungsberuf zum Kaufmann für E-Commerce, eine Fortbildung und ein spezielles Wahlfach auch für klassische Kaufleute. Der Handelsverband Deutschland (HDE) hat bereits ein Konzept vorgelegt. Wann es zu einer Änderung kommt, ist noch unklar. Aktuell steht eine Neuordnung des Berufs Kaufmann im Einzelhandel an. Auch der LEH ist interessiert: „Mein Wunsch wäre es, dass wir 2017 Azubis zum E-Commerce-Kaufmann einstellen können“, zitiert die LZ die Hauptabteilungsleiterin Personalentwicklung beim Mönchengladbacher SB-Warenhaus-Filialisten Real, Hannelie Bohnes.

► Urteil des Monats

Frucht-Abbildungen bei Tee

Der Europäische Gerichtshof hat auf eine Vorlagefrage des BGH entschieden, dass ein korrektes Zutatenverzeichnis auf der Verpackung nicht geeignet ist, eine durch die Aufmachung des Lebensmittels entstehende Täuschung zu beseitigen (Urteil vom 4.6.2015, C- 195/14). Gegenstand des Verfahrens war ein Kindertee, bei dem unter anderem Himbeeren und Vanilleblüten auf der Frontseite abgebildet waren, obwohl laut Zutatenverzeichnis nur natürliche Aromen mit Himbeer- und Vanillegeschmack enthalten waren. In der Vergangenheit haben Gerichte eine Irreführung in ähnlichen Fällen

mit der Begründung abgelehnt, dass der informierte Verbraucher vor dem Kauf das Zutatenverzeichnis liest und so hinreichend aufgeklärt wird. Es ist damit zu rechnen, dass das Urteil Auswirkungen für andere Produkte mit Fruchtzeichnungen haben wird. Der BGH muss den Fall noch abschließend entscheiden. Es ist zu erwarten, dass er eine Irreführung bejaht.

Dieses Urteil wurde zusammengefasst von Rechtsanwältin Antje Dau von der Wettbewerbszentrale, der größten Selbstkontrollinstitution der Wirtschaft für fairen Wettbewerb.

