

GEDIG setzt auf Trainingskonzept Aus- und Weiterbildung

Die süddeutsche Einkaufskooperation GEDIG investiert für ihre Gesellschafter und deren Getränkeabholmarkt-Mitarbeiter in Aus- und Weiterbildung. Die ersten beiden Seminare zum Thema „Mineralwasser“ fanden im November 2005 in Stuttgart statt.

Die kleine Einkaufskooperation GEDIG Getränke-Experte in Südwestdeutschland hat vor dem Hintergrund der Strategie „Kooperation der Kooperationen“ – sie baut seit 2001 ihre Zusammenarbeit mit dem Getränke Ring stetig aus – erkannt, wie wichtig es ist, Mitarbeiter zu schulen. Zwischen GEDIG-Geschäftsführer Udo Münz und Udo H. Bodenberger als selbstständiger Marketing & Vertriebsmanager wurde die Idee geboren. Entstanden ist ein Konzept der Mitarbeiterschulung unter Einbindung von Verbänden und Lieferanten. Aus Kostengründen herrscht zwar in vielen Getränkeabholmärkten der Sparzwang vor, doch mit Qualität und gut geschultem Personal kann sich die Branche gut vom konkurrierenden Discount und Lebensmitteleinzelhandel absetzen. Nicht jeder ist jedoch in der Lage als Betreiber alles selbst umzusetzen, ist auf Unterstützung und Hilfe angewiesen. Mit der Strategie Verbände und Lieferanten einzubinden können aber Seminarteilnehmerkosten gering gehalten werden. Ein Angebot, dass die GEDIG ihren 80 Getränkefachgroßhändlern mit rund 155 Getränkefachmärkten sprichwörtlich auf den Leib zuschneiden ließ.

Die ersten beiden Seminare mit jeweils über 20 Teilnehmern zum Thema „Mineralwasser“ fanden am 9. + 16. November

2005 unter Leitung U. Bodenberger in Stuttgart statt. Für die beiden Fachseminare konnten auf Anhieb die wichtigsten zehn Lieferpartner ebenso gewonnen werden wie der Verband Deutscher Mineralbrunnen, der die Schirmherrschaft übernahm. Das Trainingskonzept beinhaltete vor allem die Aus- und Weiterbildung für GEDIG-Mitarbeiter, die im Verkauf tätig sind. Ziel: Kompetente Mitarbeiter helfen Spannen sichern und tragen zur Stärkung von Marken bei.

Referent Franz Röß aus Fleischwangen, seit 1996 Leiter Vertrieb Innauer Fürstentquellen, stellte seinen Vortrag unter den Schwerpunkt „Alles Wasser oder was?“.

Birgit Becke, Praxis für Ernährungs- und Diätberatung, behandelte das Thema „Ernährungsphysiologische Aspekte des Mineralwassers“. In die Welt der Marktdaten entführte Udo Bodenberger die Teilnehmer und hielt einen weiteren Vortrag zum Thema „Verkaufsförderung im GAM“. Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel setzt man zunehmend darauf, den Verkauf mit Gutscheinen-, On-pack- und Zugabeaktionen anzukurbeln. Verbraucher reagieren auf Sonderangebote/-preise, 79 Prozent halten sie für wichtig bis sehr wichtig. Ähnliches gilt für Handzettel und Zugaben (On-packs). Gestiegen ist auch die Bedeutung von Gutscheinen und Coupons.

Die Seminarreihe soll praxisbezogen fortgeführt werden. Als Ergänzungsthema ist bereits „Wasser + Wein“ geplant. ■



Mineralwasser-Seminar der GEDIG fand großen Zuspruch.

Foto: GEDIG



Indien: Kleine Staudämme als Schutz gegen die Dürre

Jedes Jahr im April beginnt mit der Dürre für die Menschen in den Dörfern Zentralindiens der Kampf ums nackte Überleben. Unser Partner Chetana-Vikas

hilft den Dorfbewohnern, ihre Wasserversorgung in die eigenen Hände zu nehmen und kleine Staudämme zu errichten. Außerdem schult er „Dorf-Ingenieure“, die ihr Wissen an andere weitergeben – damit das wenige Wasser auch noch ausreicht,

wenn die Dürre kommt. Mit „Brot für die Welt“ geben Sie Überlebenschancen.

**Brot
für die Welt**
www.brot-fuer-die-welt.de

Postbank Köln
Konto 500 500-500
BLZ 370 100 50
Postfach 10 11 42
70010 Stuttgart