



UNTERNEHMEN
GETRÄNKEMARKT MAI
 > **Unternehmen:** Getränkemarkt Mai, Glashütter Straße 89, 01277 Dresden
 > **Inhaber:** Roland Mayer
 > **Übernahme:** 2006
 > **Region:** Ostsachsen bis Südbrandenburg
 > **Größe:** 400 Quadratmeter
 > **Mitarbeiter:** 3
 > **Jahresumsatz:** ca. 950.000 Euro



Zwischen hübschen Dekorationen, in kleinen Nischen und großen Getränkeangeboten kann der Kunde im Erlebnismarkt Mai seine Wünsche erfüllen. Rechts oben Thomas Spittler, Verkaufsleiter Handel bei Getränke Mayer.

Gelungener Neustart

GETRÄNKEMARKT MAI. Seit der Getränkemarkt Mai in Dresden den Besitzer wechselte, stieg der Umsatz um zwölf Prozent. Ein gutes Zeichen für das innovative Konzept, mit dem Ostsachsens größter privater Getränkegroßhandel Mayer am Markt agiert. Die Bilanz kann sich sehen lassen: elf Shops und 140 Partnermärkte.

Von dem stetigen Wachstum des Unternehmens Mayer profitiert nun auch der Getränkemarkt Mai. Seit 2006 gehört er in das Portfolio des Bautzener Getränkegroßhandels und ist mittlerweile der größte Markt mit dem höchsten Umsatz. Diese Entwicklung kam nicht von irgendetwas. Die strategische Planung war genau darauf abgestellt, mit

Im Markt allerdings hat sich einiges geändert. Von der Sortimentserweiterung bis zur Neugestaltung wurden sämtliche Details bedacht. Das besondere Flair dieses GAM auf rund 400 Quadratmetern Fläche inmitten eines Einkaufszentrums und Wohngebietes, macht das Beleuchtungssystem, die Anordnung der Waren sowie deren Vielfalt aus. Gleich am Eingang nimmt ein Mitarbeiter den

satz. 95 Prozent davon sind Stammkunden, die das überarbeitete Sortiment gern angenommen haben. Die Dresdener seien sehr probierfreudig und nähmen auch mal ein anderes Getränk mit. So kommen schließlich die neuen Biere gut an – Rauchbier und Kölsch gebe es beispielsweise in ganz Dresden nur im Getränkemarkt Mai, weshalb der Absatz nicht schwierig sei.

Neben dem Bier wurde der Spirituosensbereich weiter ausgebaut. Außerdem habe man sich bei den alkoholfreien Getränken für eine Erweiterung entschieden, gerade im Hinblick auf die Vielzahl von regionalen Anbietern, die reißenden Absatz finden.

Für den Getränkegroßhandel Mayer ist Vielfalt eben überhaupt kein Problem. Die 35 Lkws der Unternehmenszentrale in Bautzen fahren ständig regionale Brunnen an. Sei es der Oppacher, Lichtenauer oder Margoner Brunnen –

len Produkte derart gut verkaufen können“, erzählt Spittler.

Bei den Brauereien sind es beispielsweise die Radeberger, Freiberger, Eibauer, Köstritzer und Wernesgrüner Brauerei, die angefahren werden. Das Gleiche gilt aber auch für die Warsteiner und Bitburger Brauerei oder die Volvic-Zentrale in Frankreich, von denen das Bier und Mineralwasser direkt bezogen wird.

Die vielen Produkte werden schließlich nicht nur im Getränkemarkt Mai verkauft. Das Großhandelsunternehmen mit seinen rund 100 Beschäftigten und den weiteren Tochterunternehmen im Elbtal und in Finsterwalde versorgt weitere zehn GAMs in Pirna, Oppach, Donah, Finsterwalde, Meuro, Bad Gottleuba, Bautzen und Herrenhuth. Zudem ist Getränke Mayer Streckenlieferant für „marktkauf“ und liefert hier das gesamte Grundsoriment.

Hinzu kommt die Gastronomie

hänger bereit. Nicht zuletzt fungieren die Bautzener als Unterhändler für zahlreiche GAMs im Einzugsgebiet Sachsen und Südbrandenburg.

Dass die Erfolgsgeschichte, die mit Unternehmensgründer Roland Mayer 1990 begann, ein gutes Konzept besitzt, steht außer Frage. Mittlerweile erzielt der Bautzener, der sich selbst ungern in den Vordergrund drängt, einen jährlichen Umsatz von rund 35 Millionen Euro. Mit einer geradlinigen Philosophie setzt Ostsachsens größter Getränkegroßhandel auch weiterhin auf kundenorientierte Konzepte und stetiges Wachstum.

„Wir führen harte Diskussionen mit der Industrie, wenn beispielsweise Produkte in unseren Märkten nicht laufen“, sagt Thomas Spittler. Dabei verweist er auf die Unverwechselbarkeit der einzelnen GAMs. Jeder Markt habe ein Sortiment von alkoholfreien Getränken, Bieren, Säften, Weinen, Sekt und Randsortimenten. Eine Besonderheit seien aber auch die Sport- und Wellnessdrinks, die in separaten Countern präsentiert werden.

Der GAM in Dresden war ohnehin schon Platzhirsch. Seit 2006 erfährt er jedoch nochmals eine positive Entwicklung. Mit rund 850 Produkten kann sich das Angebot wahrlich sehen lassen. Zu den Randsortimenten gehören beispielsweise regionale und überregionale Tageszeitungen, ein breites Zeitschriftenangebot, Tabakwaren und Knabberereien. In der Weinecke kann man sich Geschenk Körbe zusammenstellen

lassen. Ebenso werden einzelne Flaschen selbstverständlich eingepackt. Auch das Preis-Leistungsverhältnis ist stimmig. „Wir sind kein Discounter. Bei uns wird die Ware nicht verschleudert. Vielmehr bekommt der Kunde Qualität für gutes Geld“, betont Spittler.

Schließlich wird auch das Thema Kundenbindung groß geschrieben. Mit der hauseigenen Treuekarte gibt es ab zehn Kästen Getränken einen Kasten gratis dazu. Zugabeartikel wie beispielsweise kleine Trucks sind eine Selbstverständlichkeit. Einziges Manko ist der Service beim Festzeltgarniturenverleih. Diesen können die Kunden zwar nutzen, müssen aber selbst sehen, wie sie die Garnituren transportieren. Auch der Bring- und Holdienst wurde ausgegliedert. Größe hat eben auch ihren Preis. ■

Silke Liebig-Braunholz



»WIR HABEN EINEN ERLEBNISMARKT STATT EINER TRISTEN GETRÄNKEHALLE«

THOMAS SPITTLER, GETRÄNKEMARKT MAI

diesem Markt weiterhin erfolgreich zu sein und brachliegende Potenziale zu nutzen.

„Wir haben noch nie einen Markt wieder schließen müssen, den wir selbst eröffnet oder übernommen haben“, erzählt Thomas Spittler, Verkaufsleiter Handel im Unternehmen Mayer. Behutsam und auf das kleinste Detail achtend werde jede Übernahme vollzogen. Dazu gehöre beispielsweise, dass der Name bestehen bleibt. „Die Kunden haben sich doch daran gewöhnt. Von 1990 bis 2005 gingen sie hier in den Getränkemarkt Mai einkaufen, und nur weil die Inhaber nun ihren Ruhestand antraten, sollen sie sich an einen neuen Namen gewöhnen. Das empfinden wir als Unsinn. Deshalb handhaben wir es immer so, dass der Name erhalten bleibt“, erklärt er.

Kunden das Leergut ab. Die Dekorationen mit den Wegweisern, etwa in die Welt der Biere, zur Weizenbiere oder zu den tschechischen Bieren, versprühen Originalität. „Der Markt wurde punktuell verändert. Wir haben Regalsysteme gestellt, die beleuchtet sind, und viele Module aus der Industrie eingebaut. Durch die zahlreichen Abgrenzungen und für jeden einzelnen Themenbereich typischen Dekorationen konnten wir schließlich einen Erlebnismarkt schaffen, der sich ganz und gar von einer tristen Getränkehalle abhebt“, erklärt Spittler.

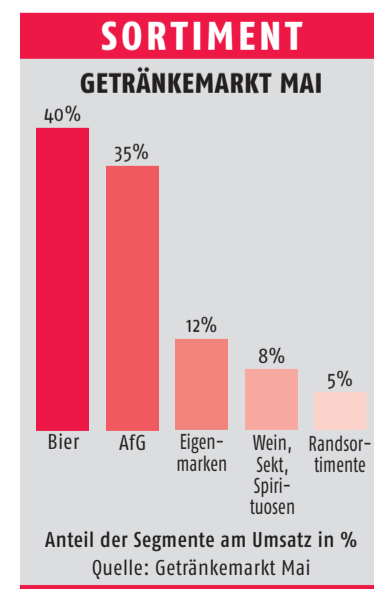
Auch an Kundenorientierung mangelt es nicht. Der GAM öffnet um sieben Uhr. Bis 19 Uhr sind dann die drei Mitarbeiter Uwe Nitzsche, Ingelore Dräger und Sylvio Bake im Schichtsystem für die rund 300 Kunden täglich im Ein-

»WIR FÜHREN HARTE DISKUSSIONEN MIT DER INDUSTRIE, WENN PRODUKTE NICHT GUT LAUFEN«

THOMAS SPITTLER, GETRÄNKEMARKT MAI

der Vertrieb der Produkte aus dem Umland wird, wo es möglich ist, unterstützt. „Als größter Getränkehändler Ostsachsens können wir schnell reagieren, Nachschub und Sortimentstiefe bieten. Schließlich sind wir über unser Sortiment gewachsen und auch stolz darauf, dass wir die regiona-

im Umkreis von 50 Kilometern. Bis nach Görlitz, Pirna, Dresden und Hoyerswerda werden rund 240 Gaststätten versorgt. Ebenfalls hinzu kommt die Belieferung größerer Festivitäten, wie etwa des Volksfestes „Jacobimarkt“ in Neugersdorf. Hierfür stehen 400 Bierzeltgarnituren und 17 Ausschank-



BEWERTUNG: Optik: ■■■■ Sortiment: ■■■■ Service: ■■■■ Gesamt: ■■■■