



Jungspechte holen Sieg nach Brandenburg

Da haben sich die Jungspechte aber mal von ihrer besten Seite gezeigt und den diesjährigen U21 Team-Award der Edeka Minden-Hannover, in der Kategorie selbständiger Einzelhandel ab 2.500 qm, nach Brandenburg geholt.

Das Unmögliche haben Stephanie Klempin, Constanze Schlieff, Tim Reske, John Kanthak, Phillpp Rook, Steven Rieger und Steve Lorenz gleich beim ersten Mal geschafft und den Pokal nach Brandenburg geholt – plus ein Preisgeld in Höhe von 1.200 Euro.



Die jungen Auszubildenden haben sich dafür entschieden Gruppenaktivitäten wie Paintball, aber auch Einzelaktivitäten wie einen Boxkurs, Videoschnittkurs oder Musikbearbeitungsworkshop zu besuchen, um sich persönlich und kreativ weiter zu entwickeln.

Denn auch das hat die diesjährige U21 gezeigt, wir leben in einem digitalen Zeitalter und im Rahmen der U21 mussten die Auszubildenden Videos schneiden, Flyer, Plakate und eine Bodenbeklebung selbst am Computer mit speziellen Programmen anfertigen. Beim Weintasting im Markt für die Kunden musste der Ein oder Andere über seinen Schatten springen und vor 25 Gästen einen kleinen Vortrag halten. Dafür braucht man Selbstbewusstsein, was sich jeder von ihnen während des Projekts aneignen konnte.

Spektakulär war die diesjährige U21-Veranstaltung im Hannover Congress Centrum. Die größte der sieben EDEKA-Regionalgesellschaften kürte bereits zum zwölften Mal die Gewinner ihres U21 Azubi- und Nachwuchsprojekts. 2.300 Gäste waren an diesem Tag angereist und 1.600 Auszubildende beteiligten sich an dem Wettbewerb. Der Saal machte schon mächtig Eindruck auf die Jungspechte.



Stephanie Klempin (drittes Lehrjahr): „Sowas habe ich noch nie in meinem Leben erlebt, so viele Menschen... Es gab überall leckeres Buffet und eine gigantische Lasershow vom Feinsten. Mein persönliches Highlight war aber der Stargast Jorge Gonzalez von Let's Dance.“

Moderator Mario Schmidt führte durch das Programm – und das hatte einiges zu bieten: Von einer LED-Lasershow als Opener über eine mitreißende Breakdan-

eine Nominierung, aber der Sieg hat uns völlig vom Hocker gehauen. Wir waren so baff, dass wir erstmal nicht genau wussten, ob wir wirklich auf die Bühne gerufen wurden oder ob das nur ein schlechter Scherz ist. Eigentlich hätten wir jubeln sollen, stattdessen haben wir einfach nur in die Menge gestarrt... Der Jubel kam dann später!“

Unter dem diesjährigen U21-Projekt-Motto „Aus Kunden werden Fans – Wir bedienen Sie gerne“ stand die Bedienung im Mittelpunkt der Aktionstage. Die Azubis begeisterten die Jury mit der Vielfalt ihrer Aktionen und den zahlreichen Werbemaßnahmen. So haben sie einen engen Bezug zum Thema Regionalität hergestellt und die Kunden auf Produkte aus der Region aufmerksam gemacht. Sie veranstalteten ein Wein-Tasting und verkauften Burger mit besonderem Fleisch, wie z. B. des Wollschweins. Zudem gab es eine Filmbox, in der Kunden direkt Feedback geben konnten. „U21 ist der Grundstein für einen erfolgreichen Berufsweg. Ihr habt diese Chance genutzt und Kunden zu echten Fans gemacht“, so Daniel Streubel, aus dem EDEKA-Vertrieb bei seiner Laudatio. Die Einnahmen aus den Aktionen in Höhe von 253,13 Euro spendeten die Azubis an die Kindertagesstätte Kleeblatt in Ludwigsfelde.

Übrigens: Das Team des EDEKA Center Specht sucht noch Azubis – wer also auch einmal an dem Azubi-Wettbewerb teilnehmen möchte, sollte sich schnell im Markt bewerben.



ce-Einlage der DDC Dancefloor Destruction Crew und eine spritzige Show im Waterbowl vom Duo Yulia & Svetlana bis hin zum Auftritt des Comedian Simon Stäblein war für jeden Gast etwas dabei.

Das Highlight war natürlich der Moment, auf den alle Jungspechte hingefiedert haben: **Die Siegerehrung.** Tim Reske (JAP): „Damit hat keiner von uns auch nur ansatzweise gerechnet. Wir haben das zum ersten Mal gemacht und uns wirklich Mühe gegeben und versucht so kreativ wie möglich zu sein, um die Kunden begeistern zu können. Wir wären froh gewesen über



Potsdamer Str. 60 · 14974 Ludwigsfelde
Tel. 03378 - 51 88 50 · www.edeka-specht.de
E-Center: Mo - Sa 07:00 - 22:00 Uhr
Essbar/Marktbäckerei:
Mo - Sa 07:00 - 20:00 Uhr | So 07:00 - 18:00 Uhr



U21 Nachwuchsprjekt

Aus Kunden werden Fans! Wir bedienen Sie gerne regional...

Unter diesem Motto haben im E-Center Specht vom 22.01. - 27.01. die Jungspechte gezeigt, was in ihnen steckt. Im Rahmen des U21-Awards von Edeka konnten die Auszubildende unter dem vorgegebenen Motto eine Woche lang ihr Können unter Beweis stellen. So haben es sich Frau Klempin, Frau Schlieff, Herr Roock, Herr Rieger, Herr Lorenz, Herr Kanthak und Herr Reske zur Aufgabe gemacht, das Thema „Regionalität“ in diesem Projekt in den Vordergrund zu heben. Einen Monat lang haben die Auszubildenden die Aktionen im Vorfeld im Markt geplant. Mit viel Ideenreichtum wurde erst einmal ein Konzept erstellt.



Die Frage dabei lautete: Wie können wir aus Kunden Fans machen?

Zusammen wurde brainstormt und es war schnell klar, wir möchten dem Kunden etwas zurückgeben und ihn wertschätzen. Interaktive Gewinnspiele und Plattformen, bei denen der Kunde selbst seine Meinung oder Erlebnisse äußern kann, wurden diskutiert. Wichtig dabei war vor allem, dem Kunden die Bedeutung der Regionalität näher zu bringen und ihm die Vielfalt der Heimat kosten zu lassen. So wurde eine große Verkostung im Markt veranstaltet. Der Kunde konnte an jeder Bedientheke sowie an einem gesonderten Stand im Markt 26 regionale Produkte probieren und sich mit den Auszubildenden austauschen, um Informationen zu den einzelnen Produkten zu erhalten.

Im Rahmen der Verkostung konnte der Kunde auf einem Flyer, der an jedem einzelnen Produkt im Markt zu finden war, sein Lieblings-Regio-Produkt auswählen und einen Präsentkorb im Wert von 111 Euro gewinnen. Der Präsentkorb ist an Frau Berger gegangen. Der Sieger des Lieblings-Regio-Produkts war die Firma Sandokan mit dem Exotik-Saft aus Sanddorn. Am 27.01. um 17 Uhr wurde der goldene Specht-Pokal feierlich im Markt an das Unternehmen übergeben.

In dem zeitlichen Rahmen dieser Aktion haben unsere Kunden 10% auf die zu verkostenden Artikel erhalten. Weitere 10% jedes verkauften Produkts wurden an die Kita Kleeblatt in Ludwigsfelde gespendet. So ergab sich ein Betrag von 253,13 Euro, der am Samstag in Form eines Checks überreicht wurde.

In der „Goldenen Videobox“, die zum 111. Geburtstag von Edeka aufgestellt wurde, haben sich die Azubi-Jungspechte etwas ganz Besonderes einfallen lassen. Der Schwerpunkt lag darauf, den Kunden besser kennenzulernen. Dabei gab es keine Vorgabe, was in der Videobox erzählt werden kann. Die Auszubildenden wollten den Kunden und seine Meinung oder ganz eigene Geschichte hören. Vor allem Kinder fanden die Videobox interessant und plauderten ganz leidenschaftlich darauf los, was Ihnen gefällt und was nicht. Bspw. erzählte ein kleines Mädchen, dass sie gern in den Markt kommt, weil sie immer anschließend im E-Center Eisessen geht. Ein anderes Mädchen berichtete, dass sie gern eine größere Auswahl an Spielzeug hätte. Das Résumé der Videobox war, dass der Kundenkontakt und das freundliche Personal einer der wichtigsten Faktoren sei, warum der Kunde gerne beim Edeka Center Specht einkaufen geht. Die ältere Kundschaft freut sich mit Namen angesprochen zu werden und das Lieblingsbrot von der ortsansässigen Bäckerei Paul auch hier in der Stadtmitte kaufen zu können.

Das Highlight der Aktion waren eigens kreierte Regio-Burger mit Zutaten, die komplett aus Brandenburg oder Berlin kommen. Von der Rezeptidee bis zur Umsetzung haben sich die jungen Auszubildenden ausprobieren können. „Wir wollten dem Kunden etwas Außergewöhnliches bieten, keine nullachtfünfzehn Burger, sondern ein Stück Brandenburg zum Reinbeißen und genießen“ so Herr Lorenz (1. Lehrjahr). Es gab einen Wagyu- und Angus-Rindfleisch-Burger und einen Wollschwein-Burger. Die drei Fleisch-Sorten sind sehr hochwertig und wurden vom Fläminger-Genussland aus der Region bezogen. Die Burger wurden mit Spiegelei, Gewürzgurken, Speck

und Salat von Infarm belegt. Selbst die Soßen – Käse-Soße, Koriander-BBQ-Senf-Soße u.v.m. – haben die Auszubildenden selbst kreiert.



„An den drei Aktionstagen der Burger haben wir über 250 Stück verkaufen können, der Andrang war enorm. Ob das an unseren Kreationen oder am Probiertpreis von nur 2,99 Euro lag, ist schlecht zu ermitteln. Allerdings durften wir viel Lob für unsere Burger einheimen. Und wir hoffen, dass wir das Konzept RegioBurger nicht das letzte Mal servieren durften“, so Herr Rieger (1. Lehrjahr). Nicht nur Burger braten war angesagt, auch ein Weintasting mit Weinen aus Werder vom Weingut Lindicke wurde komplett von den Auszubildenden durchgeführt. Karten konnte jeder Kunde für 10 Euro kaufen. Der Erlös ging ebenfalls an die Kita Kleeblatt in Ludwigsfelde.

Auch Marketing und Social Media wurde betrieben. Von Bodenaufklebern, die das Werbewerk noch unter Hochdruck angefertigt hat, über Flyer, bedruckte Pullover, einem Gewinnspiel mit einem Einkaufsgutschein im Wert von 111 Euro bis hin zu einem Instagram-Account und sogar Werbung im BBRadio. Chapeau für diese Aktion, die unsere Kunden begeistert hat. Jeder einzelne Jungspecht konnte ein bisschen mehr seine Flügel ausbreiten und an sich wachsen.



Potsdamer Str. 60 · 14974 Ludwigsfelde
Tel. 03378 - 51 88 50 · www.edeka-specht.de
E-Center: Mo - Sa 07.00 - 22.00 Uhr
Essbar/Marktbäckerei:
Mo - Sa 07.00 - 20.00 Uhr | So 07.00 - 18.00 Uhr