



VOR ORT
SCHNAITTACH

Offen für Neues

»Er war nicht davon abzubringen«, betont seine Mutter. Eines war für Existenzgründer **Thomas Mühlbauer** klar. Er wollte ganz früh sein eigenes Geld verdienen. Und nicht mehr die Schulbank drücken. Alle Stationen, die er durchlaufen hat, sind jedoch nichts verglichen mit der Selbstständigkeit.



- + **Angeeckt:** Anfangs erschienen die Hürden zum Teil unüberwindbar.
- + **Aufgedeckt:** Der Kaufmann findet raus, was Schnaittacher lieben.
- + **Eingecheckt:** Die Zahlen stimmen – der Höhenflug kann nun beginnen.

Samstags arbeiten, extrem früh aufstehen und erst dann gehen, wenn andere längst Feierabend machen. Thomas Mühlbauer kennt es von früher. Denn seine Mutter ist seit 30 Jahren im Einzelhandel tätig. »All das konnte meinen Sohn nicht davon abhalten, schon früh in dieselbe Richtung zu gehen«, sagt Edeltraud Mühlbauer. Zum einjährigen Jubiläum vom Markt ihres Sohnes bereitet sie heute Schokobananen zu, die verführerisch duften. »Die positiven Seiten überwiegen einfach«, erklärt Thomas Mühlbauer seinen Entschluss, direkt nach seinem Schulabschluss eine Ausbildung bei EDEKA zu machen – als Einzelhandelskaufmann. »Ich wollte früh mein eigenes Geld verdienen.«

und dann Geschäftsleiter von Marktkauf in Nürnberg«, beschreibt er seinen zügigen Aufstieg auf der Karriereleiter. »Doch bald wurde mir klar, was mir dort fehlt: der direkte Kontakt zu den Kunden.« Um zurück auf die Fläche zu kommen, hat sich der damals 44-Jährige daher beworben – für den Markt in Schnaittach, der bislang in Regie geführt war. »Der Laden sollte komplett neu gebaut werden – in sieben Monaten«, berichtet der Unternehmer.

ECHT ENTSPANNT

Als Verkaufsleiter bei EDEKA war er schon Mitglied der Jury für den Supercup. »Von den Gewinnermärkten ist mein Markt noch weit entfernt«, sagt der Existenzgründer Thomas Mühlbauer. Mit seiner bescheidenen und gelassenen Art ist er schon ganz schön weit gekommen.

Im Vorfeld gab es Diskussionen mit den Behörden, da die Fläche im Hochwasserbereich der Schnaittach liegt und manche Anwohner Angst vor Baulärm hatten. »Meine größte Befürchtung war, dass die Leute hinterher mit der kompletten Umstellung im

Der Franke ging von Anfang an mit Leidenschaft an die Sache heran. Zunächst als Verkäufer bei EDEKA, dann angestellt im elterlichen Betrieb und dreimal als Marktleiter – immer bei EDEKA. Da schaltete der Italiener aus Nürnberg noch einen Gang hoch: »Ich war erst Bezirksleiter, später Verkaufsleiter bei EDEKA

Markt nicht klarkommen. Bisher wussten sie, in welchem Gang auf welchem Regal was zu finden ist«, erklärt Mühlbauer weiter. Seine Sorgen – und auch die der anderen – lösten sich in nichts auf. Das einzige »Problem« nach der Eröffnung am 8. November 2012: Der Ansturm war so groß, dass sein Team schnell zu



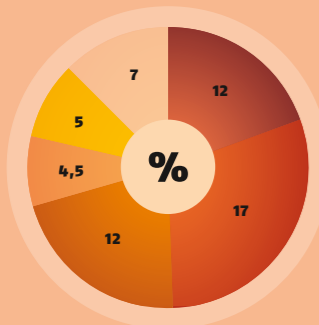
- 1 Gut in Fleisch: Für »Thekengänger« ist EDEKA-Mühlbauers Fleisch- und Wurstangebot ein Traum.
- 2 Voll auf Zack: Das Team lässt keine Wünsche offen. Wer fragt, erhält sofort eine gute Antwort.
- 3 Niedrig im Preis: Ein Stück Käse, eine Schokobanane – zum einjährigen Jubiläum gab's Hits für 1 Euro.
- 4 Mitten im Geschäft: Er ist einer aus dem Team. Existenzgründer Thomas Mühlbauer packt an, wo's geht.





AUF EINEN BLICK EDEKA MÜHLBAUER

UMSATZANTEILE



■ OBST & GEMÜSE ■ WEIN, SPIRIT.
 ■ FLEISCH & WURST ■ TK
 ■ MOPRO ■ GETRÄNKE

Kompetenz in Sachen Frische macht den Unterschied zu den Mitbewerbern.

MARKT



Die Schnaittacher lieben und kennen EDEKA. Auf den Neubau waren sie daher gespannt.



Bald wurde klar: Es sind viel zu wenig Mitarbeiter. Aus 27 wurden dann 41.



Artikelvielfalt wird hier kombiniert mit einem auf die Region zugeschnittenen Sortiment.

DER STANDORT



2 Frischefront: Die Wandfarben sind in warmen Tönen gehalten, die Ware darunter ist klar strukturiert.



3 Treffpunkt: An der Kasse wird nicht nur bezahlt; der Bereich eignet sich bestens für ein »Schwätzchen«.



4 Hingucker: Der Unternehmer wählte nicht nur warme Farben. Ein knackiges Grün fällt ins Auge.

klein wurde. Der Start im November, dann das Weihnachtsgeschäft vor der Tür: »Da mussten wir alle Tag und Nacht ranklotzen«, erinnert sich der Existenzgründer. »Die Mitarbeiter sind dabei über sich hinausgewachsen.« Das schweiß zusammen. »Doch kurz vor Weihnachten kam dann auch noch das Hochwasser«, berichtet Mühlbauer. »Aber die Schnaittacher kennen nichts. Die sin' gekommen – in Gummistiefeln!«

Heute hat EDEKA Mühlbauer 41 Mitarbeiter, vor einem Jahr waren es 27. »Es war mir lieber, Personal aufzustocken, als von Anfang an zu viele Mitarbeiter zu haben – und am Ende müssten welche gehen.« »Thomas ist sehr gutmütig«, verrät seine Mutter über ihn. Und Perfektionist: »Das, was er anpackt, macht er 1.000-prozentig.«

Diese Haltung spiegelt sich im Markt wider. Ein stimmig zusammengestelltes Sortiment in übersichtlicher Struktur. Die Obst- und Gemüseabteilung zum Beispiel, auf einer Verkaufsfläche von rund

100 Quadratmetern, sticht dem Besucher sofort ins Auge. Bedient Edeltraud Mühlbauer, so erfährt der wissensdurstige Kunde zudem alles über Äpfel, Birnen, Pitahayas oder über Kartoffeln aus der Gegend. Denn die Mühlbauers haben beides: Exotisches und viel Regionales.

Und die Bedienungsabteilung? Bietet auf über 18 Metern Frische zum Anbeißen an. Auch das Interieur von EDEKA Mühlbauer ist ein sinnliches Erlebnis. Die Lampen über der Obst- und Gemüseabteilung etwa hat er selbst ausgewählt und auffällig platziert.

DEN RAUM INDIVIDUELL GESTALTEN

»Es ist so wichtig, sein eigenes Konzept reinzubringen«, unterstreicht der Kaufmann. »Nicht nur ins Sortiment, sondern auch in die Einrichtung des Marktes.« Blickfang, wenn man den Markt betritt, ist eine leuchtend grüne Wand. »Den restlichen Raum wollte ich in warmen Tönen gestalten.« In sanften Kara-



INTERVIEW
THOMAS MÜHLBAUER

Wann haben Sie sich selbstständig gemacht?
Das war am 15. Oktober 2012.

Was war der Auslöser für den Schritt?
Ich wollte zurück auf die Fläche. Nach meiner Zeit als EDEKA-Bezirks- und später Verkaufsleiter – und dann Geschäftsleiter bei Marktkauf Nürnberg – wollte ich was Eigenes. Und endlich wieder direkten Kontakt zu Kunden.

Wer war Vorbild oder Mentor für Sie?
Das war keine bestimmte Person, sondern es waren Kaufleute mit unterschiedlichen Konzepten. Bei meinem Außendienst im Vertrieb konnte ich mir vieles abschauen von selbstständigen Einzelhändlern.

Wovor hatten Sie den meisten Respekt?
Vor den hohen Summen. Die kannte ich bisher nur von anderen. Es ist schon etwas anderes, diese plötzlich selbst zu verantworten. Und dann noch vor dem Neubau des Marktes, der ja vorher in Regie lief. Ich fragte mich, ob die Kunden mit der einschneidenden Veränderung denn zurechtkommen würden.

Worauf sind Sie besonders stolz?
Na, dass die Kunden so begeistert sind von dem neuen EDEKA. Und das habe ich meinem Team zu verdanken. Die tollen Ergebnisse im ersten Jahr sprechen für sich und für die Mitarbeiter. Doch all das hätte ich nicht geschafft ohne die volle Rückendeckung meiner Familie.

Was würden Sie heute anders machen?
Ich denke, ich habe es für diesen Standort richtig gemacht. Dank meiner Erfahrung im Vertrieb von EDEKA.

Und welchen Tipp würden Sie anderen geben?
Den Markt konsequent nach eigenem Konzept einrichten und die Sortimente sorgfältig entwickeln. So entsteht eine klare Linie.



1 Die gute Seele: Wenn Edeltraud Mühlbauer vorbeischaut, glänzt die »Hütte« noch mehr. Kunden lieben ihre Art.

2 Das heimische Bier: Artikel aus der Region haben in Schnaittach eindeutig Heimvorteil. In Franken gibt's davon gleich mehrere.

3 Der saisonale Hit: Christstollen einer renommierten Marke aus der Gegend, das zieht Leckermäuler magisch an.

4 Das doppelte Plus: Hier treffen zwei positive Faktoren aufeinander – Eier in demeter-Bio-Qualität, die zudem aus der Region stammen.

»Anfangs habe ich sehr vorsichtig kalkuliert. Denn als EDEKA-Verkaufsleiter hatte ich die Chance, viel Erfahrung zu sammeln.«

mell- und Mokkafarbtönen gehaltene Wände mit cremefarbenen Schriftzügen schaffen Atmosphäre. Viel Holz und eine optisch klare Einteilung nach Ländern in der Weinabteilung geben dem Markt ebenso Charakter wie edle Fliesen in Anthrazit und Perlweiß an der Thekenrückwand. »Die Inspiration, mich so ins Design zu vertiefen, kam von einer Dame aus der Ladenplanung der EDEKA Nordbayern-Sachsen-Thüringen: Alexandra Rocktäschel«, erzählt Mühlbauer.

»Wir haben tagelang gegessen und philosophiert. Sie hatte super Ideen« – und hat ihn angesteckt mit ihrer Liebe zum Detail. »Sie wollte unbedingt, dass, nachdem nun alles individuell gestaltet war,

mein Namen außen an den Markt sollte.« Für Mühlbauer, der eher bescheiden überkommt, ein Akt der Überwindung.

EIN STARKER PARTNER AN DER SEITE

Auch in anderen Punkten agiert er mit Bedacht: »Anfangs habe ich sehr vorsichtig kalkuliert«, erzählt er, »denn als EDEKA-Verkaufsleiter hatte ich die Chance, viel Erfahrung zu sammeln.«

Mit positivem Resultat: Denn neben Finanzierungs-, Beleuchtungs- und Farbkonzept stimmt auch die Nachhaltigkeitsplanung: Eine Wärmerückgewinnungsanlage verbraucht weniger Energie. »Da hat EDEKA mich voll unterstützt: baulich, vertrieblich – so wie in allen

anderen Bereichen. Die EDEKABANK ist toll, ADS eine große Hilfe, was soll man sagen – ein starker Partner im Rücken macht vieles leichter.« Nach einem Jahr hatte er sein erstes Analysegespräch mit Experten der EDEKA. Das Ergebnis: mehr als zufriedenstellend. »Wir lagen weit über dem Plan und gut im Kostenbudget«, freut sich der Unternehmer.

Erst seine Mutter, dann er und bald die nächste Generation? Mühlbauers Ziel ist ein zweiter Markt für seinen Sohn, der Anfang 2014 auf die Welt kommt. »Dieser hier ist bereits reserviert – für Julia«, seine fünfjährige Tochter. »Sie spielt am liebsten mit ihrem Kaufladen.« Und nennt ihn »mein EDEKA!«