



Überbrachten Hannes Winkelbauer den UDO 2015: Silvia Meißl und Christian Reitterer/proM<sup>2</sup>.

# Siegerqualitäten

# Nach 2014 kürte Österreichs Handel den Unternehmer Hannes Winkelbauer mit der Bestnote 1,5 zum UDO-Preisträger 2015. Die Qualität, mit der er die Partnerschaft mit dem Handel lebt, hat ihn zum Sieger gemacht. CASH dankt den vielen Managern, die den UDO 2015 unterstützt haben!

Autorin: Silvia Meißl

**Z**ugegeben – er radelt weniger, um die neuesten Produkte an Land zu ziehen, als er mit dem Auto durch die Lande fährt oder mit dem Flugzeug in ferne Länder düst. Auf das Rad der Firma Heinz setzt sich Hannes Winkelbauer für das Fotoshooting für das Cover dieser Ausgabe aber trotzdem sehr gerne drauf: Es ist das Jubiläumsgeschenk seines Geschäftspartners zum 80. Geburtstag der Firma Winkelbauer, der 2009 gefeiert wurde.

Das Unternehmen pflegt durchaus auch sehr langjährige Partnerschaften mit einigen Markeninhabern, statisch ist der Kundenkreis aber ebenso wenig wie das Markenportfolio: Während Bruder Thomas sich um die interne, reibungslos ablaufende Organisation kümmert, schwärmt Hannes in die Welt hinaus, um das Beste für verwöhnte Gaumen nach Österreich zu bringen.

Er liebt sein Unternehmertum, seinen Job – und das dürften seine Geschäftspartner auf Handelsseite spüren: Der frischgebackene UDO-2015-Preisträger Hannes Winkelbauer (51) wurde von den Händlern bzw. Einkäufern und Sortimentmanagern mit der Bestnote 1,5 aus einem Pool mit elf Bewertungen ausgezeichnet. So wie er hätten auch wir von der Redaktion gerne gewusst, wer denn in den sieben zu bewertenden Kriterien seine Wertschätzung mit so beeindruckenden Noten dokumentiert hat. Aber an der zugesicherten Anonymität durch Gallup, dem Institut, das für den UDO 2015 auch heuer wieder die Onlinebefragung durchgeführt hat, kommt keiner vorbei.

## Händler zollen Industrie Respekt

Erfreulich für die Initiative UDO 2015 ist – sie wurde aus einer Idee von Mag. Christian Reitterer, Geschäftsführender Gesellschafter des Consulting- und Coaching-Unternehmens Pro Management Quadrat, heraus gemeinsam mit CASH entwickelt –, dass sich die Anzahl der Bewertungen aus dem Handel von im Vorjahr 57 heuer um zehn auf 67 erhöht hat. Das wirft in Zeiten, in denen alle in der Branche stets im zeitlichen Stress sind, ein sehr schönes Bild auf den großen Respekt,

den man den Vertriebsmanagern zollt. 352 Personen aus der Markenartikelindustrie haben die Einladung, sich für den UDO 2015 zu bewerben, angeklickt. 148 Klicks gab es dann direkt auf die detaillierte Informations- bzw. Anmelde-website. Letztendlich haben sich 26 Vertriebsprofis angemeldet – das sind um zwei mehr als für den UDO 2015.

## Handschlagqualität bleibt Nonplusultra

Wie schon beim UDO-2014-Sieger Günther Würrer hat sich auch bei Hannes Winkelbauer herauskristallisiert: Je besser die Note für das Kriterium Handschlagqualität – eines von sieben Kriterien –, umso größer die Chance, zum Siegerkreis zu gehören: Winkelbauer kommt hier auf die Gesamtnote 1,09 (Würrer: 1,11). Winkelbauers zweitbeste Bewertung ist die Fachkompetenz mit Note 1,33, gefolgt von Note 1,35 für die Verlässlichkeit, 1,57 für die Flexibilität, 1,64 für das persönliche Engagement, 1,69 für die Betreuungsqualität und 1,76 für das Verhandlungsgeschick.

Was Hannes Winkelbauer antreibt und was er anpackt, um Erfolg zu haben, schildert er im Interview ab Seite 162.

Die Ausschreibung für den UDO 2016 wird mit der CASH-Ausgabe September 2015 gestartet. Machen Sie mit und holen Sie sich Ihren UDO!

**Die Händler haben insgesamt 67 Bewertungen abgegeben.**

## Händler & UDO 2015

### Diese Händler haben für die Bewertung zugesagt:

- Hofer
- Kastner
- Kiennast
- Markant Österreich
- Metro
- Rewe International
- Spar
- Top Team Zentraleinkauf
- Wedl
- Zielpunkt



## „UDO 2015“ – Das Kuratorium



GF Andreas Nentwich, Markant Österreich/ECR Austria Board-Vorsitzender



Vorstand Alfred Schrott, Manner/ECR Austria Board-Vorsitzender



GF Gesellschafter Michael Nitsche/Gallup Institut



GF Udo Kaubek, Meinl am Graben



GF Christian Reitterer, Pro Management Quadrat Consulting & Coaching



Silvia Meißl, Chefredakteurin CASH



## „UDO 2015“ – Der Beirat



Otto Buchta, Unternehmensberatung Otto Buchta



Nikolaus Hartig, Hartig Consulting/ECR Austria-Manager

### Das war UDO 2015

Es gab in Summe 26 gültige Bewerbungen.

Insgesamt haben die Händler 67 Bewertungen abgegeben. Das ist ein Plus von 10 Stimmen.

Die Onlinebewertung erfolgte, wie mit den Händlern vereinbart, anonym. Es liegen deshalb keine Detailinformationen über das Bewertungsverhalten einzelner Händler vor.

Gallup wickelte die Onlinebefragung wie im Vorjahr ab. Mit Ausnahme des UDO-Preisträ-

gers werden weder die Namen der anderen Bewerber noch deren Bewertungsergebnisse bekannt gegeben.

Von den 13 Warenkategorien zur Einordnung für die Bewerber wurden 12 belegt (2014: 11).

„UDO“ wurde von CASH und Christian Reitterer initiiert. Der Award wird jährlich beim CASH Handelsforum in Fuschl an den Gewinner überreicht.

Die Initiatoren danken allen Bewerbern und Unterstützern!

## Die Künstlerin und „ihr“ UDO

### Iris Sageder

Die Skulptur „UDO“ ist ein von ihr als Pentagramm gestaltetes Unikat aus einer Metalllegierung, wiegt schwer und soll auch so dem UDO bzw. dessen Gewinner das nötige Gewicht geben: Er steht für einen Verkaufsmanager aus der Industrie, der durch seine herausragenden Leistungen aus der Menge hervorsticht.

Sinnbildlich, so Sageder, steht UDO dafür, Beziehungen zu knüpfen, auszubauen und zu bewahren – in angemessenem Umgang mit dem anderen Gegenüber.  
[www.irissageder.eu](http://www.irissageder.eu)





# „Ich bin ein Foody“

Der UDO-2015-Preisträger **Hannes Winkelbauer** hat sich und sein Unternehmen dem Motto „Aus der Welt verwöhnter Gaumen“ unterworfen. Klar, dass er dann auch gerne isst und trinkt und ständig versucht, auch den Gaumen der Einkäufer zu kitzeln.

Interview: Silvia Meißl

**CASH:** Herr Winkelbauer, ich gratuliere Ihnen herzlich zum UDO 2015 ...

**Hannes Winkelbauer:** ... vielen Dank. Ich freue mich sehr darüber und finde die UDO-Initiative eine super Geschichte, denn die Vertriebsmanager der Industrie sind ja immer die Ersten, die es zu spüren bekommen, wenn etwas nicht klappt.

*Sie auch?*

Ich bin Unternehmer, aber als Person, wenn ich im Handel unterwegs bin, dann bin ich ganz sicher und sehr gerne ein Verkäufer. Natürlich kommt es vor, dass nicht immer alles nach Plan läuft. Ich glaube aber, wenn man mit offenem Visier mit jemandem spricht, lösungsorientierte Ansätze bringt und in Richtung Kunden denkt, dass sich das eine oder andere Problem eben lösen lässt.



Da freut sich das Bruderherz: Thomas Winkelbauer (rechts) gratuliert Hannes zum UDO 2015. Die beiden Unternehmer haben eine klare Aufgabenteilung: Thomas konzentriert sich auf ein blühendes Innenleben der Firma, Hannes ist auf Achse und nach außen das Gesicht der Winkelbauer GmbH.

#### Und wenn nicht?

Da habe ich sicherlich als Unternehmer einen Vorteil, denn ich muss nicht immer alles akzeptieren und manchmal muss man auch auf ein Geschäft verzichten können, wenn es gar nicht passt.

#### Sind Sie überrascht, dass die Händler Sie mit der Gesamtnote 1,5 bewertet haben?

Vielleicht ein bisschen, weil sich doch neben mir noch 25 weitere Vertriebskollegen beworben haben. Ich weiß zwar nicht, welche das sind, aber ich kenne sehr viele Profis im Vertrieb. Es ist jedenfalls eine große Auszeichnung, die ich da von den Händlern bekommen habe. Ja, und darauf bin ich schon stolz.

#### Bei Ihren Bewertungen ist mir ins Auge gestochen, dass Sie für das Kriterium Handschlagqualität die Supernote von 1,09 bekommen haben und sich Ihren schlechtesten Wert mit 1,76 beim Verhandlungsgeschick eingefangen haben. Sind Sie ein schlechter Verhandler?

(Lacht): Das glaube ich eigentlich nicht. Vielleicht kommt es aber daher, dass ich es eben so sehe, dass ich nicht jedes Geschäft abschließen muss. Aber dazu muss man dann auch wirklich stehen und darf nachher nicht darüber jammern.

#### Die Beziehung zwischen Einkäufern und Vertriebsmanagern aus der Industrie ist oft sehr angespannt und einige führen das auf die Befindlichkeiten auf der Handelsseite zurück. Können Sie die Einkäufer grundsätzlich verstehen?

Grundsätzlich ja, im Detail kann ich manches nicht immer nachvollziehen. Ich habe mit 18 Jahren im Geschäft meines Vaters am Petersplatz in Wien als Einzelhandelskaufmann begonnen. Wir haben Obst und Gemüse verkauft. Wir hatten

ein Kundenbuch, in dem kein Präsident der Zweiten Republik mit seinem Namen gefehlt hat. Ich habe, wie ich glaube, schon ein sehr gutes Gefühl dafür, was die Konsumenten möchten. Auf der anderen Seite habe ich nicht nur verkauft, sondern auch Ware eingekauft. Das war nicht nur in unserem Geschäft so, sondern beispielsweise auch bei Ahorner, wo ich einige Jahre gearbeitet habe. Mir ist deshalb sehr bewusst, dass ein Einkäufer mit einer Listung immer ein gewisses Risiko eingeht, im Speziellen mit der Listung einer Innovation. Wie er dann mit diesem Risiko umgeht – das ist dann immer von der Person selbst abhängig.

#### Bei Verhandlungen über Einkaufspreise, über Konditionen liegen auf beiden Seiten oft die Nerven blank. Kennen Sie das?

Es wäre seltsam, wenn ich jetzt Nein sagen würde. Worum geht es eigentlich? Der Handel sucht Auswege, um seine Geschäfte anzukurbeln. Die Frage ist: Wie trifft diese Suche dein Unternehmen? Was löst das in deinem Unternehmen aus?

## Die Winkelbauer GmbH

Das 1929 von Josef Winkelbauer für frische Früchte und Gemüse aus aller Welt gegründete Einzelhandelsgeschäft wird heute in dritter Generation von Hannes und Thomas Winkelbauer als Winkelbauer GmbH. in der Ketzergasse im 23. Wiener Gemeindebezirk geführt. Mit einem Gesamtumsatz im Vorjahr von knapp über 16 Millionen Euro ist es ein kleiner, aber feiner Spezialist für Marken bzw. Produkte, die nichts mit Billig, dafür umso mehr mit Qualität am Hut haben. Die 20 Mitarbeiter betreuen 45 Marken in elf Warengruppen und haben so wie die Firmenchefs vor allem ein Ziel: Die besten Marken in Österreich zu vertreten und die Einkäufer im Handel mit professionellen Konzepten von der Qualität der Artikel zu überzeugen. Man ist in ganz Österreich mit pro Marke unterschiedlichem Distributionsgrad vertreten.

## Ad personam

**Hannes Winkelbauer** ist am 5. Juni 1964 in Wien geboren und lebt in Wien. Er ist verheiratet, hat einen Sohn (16) und eine Tochter (14) und gibt viel für ein intensives Familienleben – weshalb er beispielsweise schon seit längerer Zeit nicht mehr Golf spielt. Da die Kinder eine französische Schule besuchen, wird daheim auch viel französisch gesprochen, obwohl er eher fließend englisch spricht. Seine Hobbys sind Lesen, Reisen – und Essen und Trinken. Und so bezeichnet er sich selbst auch als einen echten „Foody“. Zum Ausgleich macht er dafür aber auch „ein bisschen“ Sport.





Hannes Winkelbauer: „Niederfallen ist keine Schande, aufstehen muss man können!“

#### Wie trifft es Winkelbauer?

Uns sagt man eher, ihr seid mit der Innovation zu früh, das Produkt ist zu spitz und man sagt uns seltener, dass wir billiger werden müssen.

#### Erleichtert das die Sache für Sie?

Nicht unbedingt. Wenn man sich als Innovationsführer, als Innovationsbringer sieht ...

#### ... und wie Sie ständig unterwegs ist, um neue Ideen und Produkte nach Österreich zu bringen ...

... dann ist das manchmal etwas enttäuschend, weil ich glaube, dass wir alle sehr viel Potenzial liegen lassen. Wenn wir darauf gewartet hätten, bis der Ruf der Menschen nach einem Walkman laut geworden wäre, hätten wir heute keinen. Ich bin fest davon überzeugt, dass man den Appetit auf Neues anregen muss.

#### Haben Sie immer Appetit?

Ich esse und trinke gerne – und ich bin zu alt, um schlecht zu essen. Ich bin ein echter Foody und es macht mir sehr viel Spaß, Neues zu entdecken. Wenn ich im Ausland unterwegs bin, komme ich an keinem Supermarkt vorbei. Ich kenne sehr viele Leute auf der ganzen Welt, die mich immer wieder auf neue Ideen bringen. Ich liebe meinen Job!

#### Ist das für Ihre Mitarbeiter nicht manchmal eine besondere Herausforderung, wenn Sie mit einem Produkt zurückkehren, das sagen wir einmal wirklich sehr spitz ist?

Sie holen mich schon hin und wieder auf den Boden der Tatsachen zurück.

#### Haben Sie in Ihrem Berufsleben schon echte Niederlagen einstecken müssen?

Ja. Es ging, ohne dass ich jetzt näher ins Detail einsteigen will, um die Verschiffung von Bananen in Südamerika. Es gab

viele Gründe, warum das nicht funktioniert hat.

#### Was haben Sie daraus gelernt?

Niederfallen ist keine Schande, aufstehen muss man können!

#### Braucht man für neue Ideen immer große strategische Ansätze und viel Geld?

Nein. Es gibt aus meiner Sicht drei Punkte, die den Erfolg bringen. Erstens: Die Qualität muss stimmen. Zweitens: Der Preis muss stimmen. Beides ist schon der halbe Weg. Und Drittens: Die Distribution muss passen.

#### Womit wir wieder im Handel gelandet sind. Was überrascht Sie da positiv?

Dass viele im Handel für die Trends im Frische- bzw. im gekühlten Bereich sensibilisiert sind. Das schätze ich sehr.

#### Und was, glauben Sie, schätzen die Händler an Ihrem Unternehmen am meisten?

Ich denke, dass es da eine gewisse Übereinstimmung mit den drei Eckpfeilern unserer Philosophie geben wird, nach der wir leben und handeln: höchstes Streben nach Qualität, Weiterentwicklung von Märkten und Kategorien und eine partnerschaftlich ausgerichtete Zusammenarbeit.

Herr Winkelbauer, herzlichen Dank für dieses Gespräch ●

## Qualitätsmarken

### Kleiner Auszug aus dem Portfolio

**Internationale Marktführer:** Heinz, Seeberger, Weight Watchers, Finn Crisp, Maille

**Qualitätsführer & Trendsetter:** Blue Elephant, Kettle Chips, Gaea, Tipiak

**Deli Dip:** Unter der Marke wird Hummus, Falafel, Tahina und Guacamole für Einzelhandel und Foodservice angeboten.

**Wachstumsbringer:** Foodservice, Frische

Quelle: Winkelbauer

## Hannes Winkelbauer im Wordrap

**Fachkompetenz** ist für mich zu wissen, worüber man spricht.

**Verhandlungsgeschick** ist für mich, nach einer gemeinsamen Lösung suchen.

**Handschlagqualität** ist für mich nachhaltig, vertrauensbildend und eine Lebenseinstellung.

**Betreuungsqualität** ist für mich, in Lösungen zu denken und zu handeln.

**Verlässlichkeit** ist für mich genauso wichtig wie Handschlagqualität.

**Persönliches Engagement** ist für mich eine Lebensaufgabe.

**Flexibilität** ist für mich die tägliche Herausforderung.