

Der UDO 2017, überreicht von Silvia Meißl und Christian Reitterer, geht an Franz Kreuzeder.



# Nur einer darf gewinnen!

# Zum vierten Mal wird ein verdienter Topverkäufer mit dem UDO ausgezeichnet. Der Preisträger 2017 ist Franz Kreuzeder. Er ist der Verkaufsleiter von Meggle Österreich. Seine Stärke: nach dem Prinzip Geben & Nehmen seine Marken und sich selbst bestens zu verkaufen. Und beides mit Handschlagqualität!

Autorin: Silvia Meißl

**W**ie immer erfolgte auch heuer die Bewertung der für den UDO nominierten Personen durch die Händler sehr zeitnah zum CASH Handelsforum, denn dort wird der Preisträger geehrt, und wir wollen natürlich immer topaktuell sein. Und so wartete das CASH-Team – auch wie immer – höchst gespannt auf die Auswertung der Ergebnisse durch unseren Partner Gallup Institut. Dann waren sie endlich da und nach Bestätigung durch das UDO-Kuratorium war klar: Der UDO-Preisträger 2017 ist Franz Kreuzeder, Verkaufsleiter von Meggle Österreich.

Nur – wie schafft man es, einen, der von Oberösterreich aus als One-Man-Show die Händler der ganzen Alpenrepublik von Meggle-Produkten überzeugen will, zu einem blitzartig einberufenen Fotoshooting nach Wien zu bekommen? Das geht nur, wenn er, wie Franz Kreuzeder, beim Bewertungskriterium Flexibilität – einem von in Summe sieben Kriterien – die super Schulnote 1 bekommen hat. Das Fotoshooting hat – wie zu sehen ist – stattgefunden.

Ich erreiche Franz Kreuzeder telefonisch, um ihm die gute Nachricht zu überbringen. Aber er hat keine Zeit. Er steht auf einem Parkplatz und ist am Sprung zu einem Jahresgespräch. Er verspricht, sich danach gleich zu melden. Es dauert zwar ein Weilchen, bis er anruft, sich für die Verzögerung entschuldigt – und somit liefert er eine weitere Bestätigung für die Bewertung durch die Händler: Er ist verlässlich. Und für das Kriterium Verlässlichkeit erhält Kreuzeder die ausgezeichnete Schulnote 1,33.

„Wie ist das Jahresgespräch gelaufen?“, frage ich ihn. „Es ist immer eine Herausforderung. Ich sehe das sehr positiv“, antwortet er und ist sehr gut aufgelegt. Das ist wohl der günstigste Moment, um dem UDO-Preisträger 2017 zu gratulieren. Seine Freude ist riesig, er sei schon jetzt stolz auf den UDO, kann es aber noch gar nicht so richtig glauben und schon sind wir dabei, einen Termin zu vereinbaren.

Zum Fotoshooting und Interview kommt Franz Kreuzeder vollbepackt mit allem, was wir für die Fotos brauchen und trägt Stück für Stück vom Auto ins Konferenzzimmer. Persönliches Engagement liegt ihm auch da im Blut. Die Händler bewerteten dieses Kriterium mit 1,33 ebenfalls bestens.

Das Gespräch wird zu einer Lehrstunde über die Welt rund um die Milch, über Convenience, über den Job als Verkäufer, die Entwicklung des Handels und dessen Bedürfnisse und über Konsumententrends. Dieses Wissen unterstreicht die Note 1, die er für das Kriterium Fachkompetenz erhalten hat. Darauf ist er stolz, wie auch über die Note 1 für Verhandlungsgeschick, 1,33 für die Betreuungsqualität und 1 für die Handschlagqualität. „Ich halte all diese Kriterien für extrem wichtig und richte meinen Job auch danach aus. Dass ich jetzt mit dem UDO dafür belohnt werde, ist eine

große Auszeichnung für mich“, sagt Franz Kreuzeder. Mit ihm freut sich sicherlich auch die weltweit tätige Meggle-Gruppe, die ihren Hauptsitz im deutschen Wasserburg hat. 2015 erreichte man einen Umsatz von rund 900 Millionen Euro, der Österreich-Umsatz liegt bei knapp fünfzehn Millionen Euro.

Für die Initiatoren von UDO, CASH und Christian Reitterer, gf. Gesellschafter von Pro Management Quadrat Consulting & Coaching, ist es eine große Auszeichnung, dass der UDO bereits zum vierten Mal vergeben wird. Es zeigt die Akzeptanz der Branche dafür, dass sich Geschäftspartner auf Augenhöhe treffen sollen – „in angemessenem Umgang mit dem Gegenüber“, wie es die Künstlerin Iris Sageder ausdrückt, aus deren Hand die UDO-Skulptur stammt. •

**Danke an alle  
Aktivisten und  
Unterstützer der  
Initiative UDO!**

## Die Händler & der UDO 2017

**Diese Händler haben für die Bewertung zugesagt:**

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

## „UDO 2017“ – 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



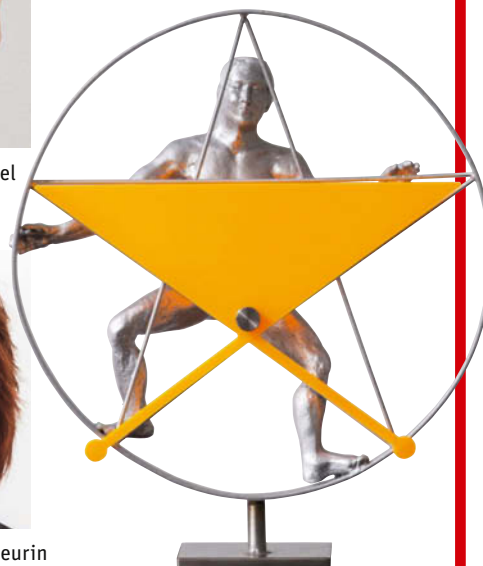
GF Udo Kaubek, Meinkl am Graben



GF Christian Reitterer, Pro Management Quadrat Consulting & Coaching



Silvia Meißl, Chefredakteurin CASH



## Das ist UDO 2017

Mit 64 gültigen Bewertungen der Händler hat der UDO 2017 einen tollen Höchststand erreicht. Da die Bewertungen wie in den Vorjahren garantiert anonym vom Österreichischen Gallup Institut unter Leitung des gf. Gesellschafters Michael Nitsche abgewickelt wurden, liegen keine Informationen vor, welche Teilnehmer aus dem Handel gevotet haben – und natürlich auch nicht, für wen. Insgesamt wurden von 48 Bewerbern aus der Industrie, die sich entweder selbst beworben haben oder von Dritten nominiert wurden, 30 von den Händlern bewertet. Von 13 zur Verfügung stehenden Warenkategorien wurden 12 belegt.

### Die UDO-Preisträger

- 2014: Günther Würrer/Kotányi
- 2015: Hannes Winkelbauer/



Firma Winkelbauer  
 • 2016: Adolf Pernsteiner/Stiegl  
 • 2017: Franz Kreuzeder/Meggle  
 Wir danken allen Bewerbern, allen Handelsmanagern, die bewertet haben und allen Unterstützern des UDO 2017!

## 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)





Franz Kreuzeder ist ein Verkäufer durch und durch: Er beobachtet, was am POS passiert, und sucht das Gespräch mit den Konsumenten, um den Einkäufern das beste Knowhow zu liefern. Er überzeugt mit seiner Kompetenz, seiner Handschlagqualität und was den UDO 2017 betrifft, ist für ihn alles in Butter.

Interview: Silvia Meißl

**CASH: Herr Kreuzeder, als UDO Preisträger, wie fühlen Sie sich da?**  
 Franz Kreuzeder (lacht): Sehr gut, ich kann es noch gar nicht glauben und ich freue mich riesig. Wissen Sie, ich bin eigentlich keiner, der in der ersten Reihe steht.

**Das müssen Sie aber eigentlich, denn Sie sind für Meggle in Österreich ja eine One-Man-Show, wie Sie selbst sagen.**

Das stimmt schon. Aber ich bemühe mich darum, den besten Job für Meggle und für den Handel zu machen, und dafür muss man nicht in der ersten Reihe stehen.

**Wenn Sie den besten Job machen wollen, was brauchen Sie dafür, damit Ihnen das gelingt?**

Ich muss mich mit dem Produkt und dem Unternehmen identifizieren, und zwar nicht nur oberflächlich, sondern in allen Details. Ich muss die Bedürfnisse des Handels sehr genau kennen, um bei den Einkäufern Interesse zu wecken und schließlich auch eine Listung zu bekommen. Und ich muss die Bedürfnisse der Konsumenten kennen, damit ich nicht am Markt vorbei arbeite. Ich glaube, man kann das alles unter dem Begriff Authentizität zusammenfassen. Und wenn das von meinen Gesprächspartnern dann so empfunden wird, entsteht auch Vertrauen. Das ist ganz wichtig.

**Sie haben im Jänner Ihren 61. Geburtstag gefeiert und zählen**

# Alles in Butter



*damit sicherlich schon zu den reiferen, avancierten Verkäufern am Markt. In den Einkaufsabteilungen der Händler gibt es aber so etwas wie einen Generationenwechsel, es rücken viele junge Profis nach.*

Das ist richtig, aber ich erkenne da keine Problemsituationen. Man muss immer auf seinen Gesprächspartner eingehen, egal ob jung oder alt. Ich versuche immer, soweit das in einer Geschäftsbeziehung möglich ist, Vertrauen aufzubauen. Wenn es Vertrauen gibt, dann kann man auch besser miteinander reden.

*Wenn die Stimmung in einem Gespräch, für eine Listung, für eine Promotion einmal nicht so rosig ist, bleiben Sie trotzdem hartnäckig, oder was machen Sie dann?*

Ich glaube fest an die Partnerschaft und habe deshalb einen Grundsatz: Eine Tür klemmt vielleicht einmal, aber sie darf nie verschlossen sein. In diesem Zusammenhang bin ich also nicht hartnäckig, sondern sage mir lieber: Das ist nicht mein oder unser Tag, machen wir lieber einen neuen Termin.

*Glauben Sie an Kompromissbereitschaft?*

Ja, sie ist zumindest meistens da. Die Beziehung zwischen Industrie und Handel ist immer ein Geben und Nehmen.

*Manche Ihrer Verkaufskollegen meinen, manchmal ist es mehr ein Nehmen.*

Manchmal kann das schon stimmen. Aber wir sind alle in einer schwierigen Situation, in einer Umbruchsphase, auch der Handel. Es ist jeden Tag eine neue Herausforderung.

*Eine Herausforderung ist ja auch das Zeitmanagement. Haben Sie überhaupt ausreichend Zeit, den Einkäufern Ihr Angebot bis ins letzte Detail zu erklären?*

Zeit ist ein knappes Gut, und man muss ziemlich schnell auf den Punkt kommen. Ich bin ein Verfechter einer kurzen und knackigen Präsentation. Dafür muss man sich halt vorher sehr intensiv mit der Sache beschäftigen, aber das ist ja auch mein Job.

*Wie beurteilen Sie das Know-how Ihrer Gesprächspartner?*

Da hat sich in den letzten Jahren sehr viel getan. Die Einkäufer haben nicht nur ein profundes und detailliertes Wissen über Produkte, sondern sie sind fast immer extrem gut vorbereitet. Es erleichtert natürlich die Sache für beide Seiten extrem, wenn man weiß, worüber man spricht und welche Ziele man anpeilt.

## Über Franz Kreuzeder

Franz Kreuzeder, geboren am 17.01.1956 in Lamprechtshausen bei Salzburg.

Dort aufgewachsen und die Pflichtschule besucht. Anschließend landwirtschaftliche Lehre auf dem elterlichen Hof. Begleitend gejobbt bei verschiedenen Handwerkern und gehandelt mit Waren aller Art, um etwas Taschengeld zu verdienen.

1975 als Kraftfahrer bei Milchhof Salzburg eingetreten. Die verschiedensten Tätigkeiten als Kraftfahrer – Milchanfuhr, Kundenzustellung, Fahrverkäufer waren für ihn interessante, abwechslungsreiche Herausforderungen und hatten immer schon intensiv mit Kundenkontakt und Handel zu tun.

Nebenbei am Wochenende und in der Urlaubszeit als Reisebusfahrer gejobbt. Er bereiste fast alle europäischen Länder mit ihren unterschiedlichen Kulturen und übernahm teilweise auch persönlich die Reiseleitung. 1993 das angepeilte Zwischenziel erreicht – Wechsel direkt in den Verkauf bei Alpenmilch Salzburg (Milchhof). Aufbau einer Verkaufsmannschaft und 1996 Verkaufsleiter mit Verantwortung auch für den Innendienstverkauf und Fahrverkauf.

Nach 31 Jahren das Unternehmen verlassen und bei Molkerei Meggle als Verkaufsleiter Österreich angeheuert. Nun betreut er bereits seit elf Jahren „sein Österreich“.

*Der Ruf der Händler nach Innovationen aus der Industrie ist unüberhörbar, die Flut an Eigenmarken unübersehbar. Was bedeutet das für die Industrie?*

Dass die Aufgabenstellung vielfältiger wird. Die Industrie muss bereit sein, für das Produkt, für die eigene Marke auch außerhalb des POS etwas zu machen, also Kampagnen, Werbung, bei Social Media dabei sein. Es muss ein kompaktes,

## Meggle in Österreich

### Lebensmitteleinzelhandel

- Klassische Butterspezialitäten: Joghurtbutter, Alpenart Mischfett, Kleeblattbutter
- Butterzubereitungen in den verschiedensten Verpackungen und Grammaturen: Knoblauchbutter, Kräuterbutter, Diablobutter, Trüffelbutter
- Baguettespezialitäten: Kräuterbaguette, Knoblauchbaguette, Ciabattabaguette, Rustikalbaguette, Laugenbaguette, Knoblauchbrot, Ofenschnecken
- Antipastisortiment mit Frischkäsezubereitung: Kirsch-/Paprika, Oliven, Yellowbell

### Gastrosortiment

Neben dem LEH-Sortiment folgendes Portfolio: Butter/Butterspezialitäten in Großpackungen und Portionsbutter; TK-Butterspezialitäten; Sahneprodukte auf pflanzlicher Basis; Kaffeesahne; Mozzarella

## Wordrap mit Franz Kreuzeder

- **Fachkompetenz:** Wissen, wovon und worüber man spricht und auch im Detail darüber Bescheid wissen.
- **Verhandlungsgeschick:** Leben und leben lassen. Der Handel soll und darf keine Einbahnstraße sein, wenn es auch nicht immer gelingt. **Wer Preise sät, wird Pleite ernten!**
- **Handschlagqualität:** Oberste Priorität – und geht nur mit Vertrauensbasis. **Wer sich mit der Lüge verbrüder hat, kann sich mit der Wahrheit nicht mehr versöhnen.**
- **Betreuungsqualität:** Immer am Puls beim Kunden bleiben, um gemeinsam erfolgreich zu sein. **Der einzige Verkäufer, den Sie haben, ist Ihr Kunde!**
- **Persönliches Engagement:** Sich täglich neu motivieren und sein Bestes geben in dieser schnelllebigen Zeit. **In dir muss brennen, was du in anderen entzünden willst!**
- **Flexibilität:** Täglich ein neues Spiel! **Am Abend ist man klug genug für den vergangenen Tag, doch niemals klug genug für den der kommen mag.**



Franz Kreuzeder: „Ich lebe gerne nach Sprüchen. Einer ist: Man muss auch Glück haben und zur richtigen Zeit am richtigen Ort sein.“

gebündeltes Paket sein, das man anbietet. Um diese Vorgangsweise bemühe ich mich. Und manchmal muss man auch ein bisschen improvisieren.

**Sie produzieren ja auch Eigenmarken. Verkaufen Sie die dann unter einem anderen Hut?**

In meinen Grundsätzen mache ich da keinen Unterschied: Ich möchte dem Einkäufer das beste Angebot machen, setze auf Fachkompetenz, auf Handschlagqualität ...

**... auf Verhandlungsgeschick. Dafür haben Sie ja auch die Schulnote 1 bekommen.**

Das freut mich natürlich sehr. Eines ist mir noch wichtig zu sagen: Die Wirtschaftlichkeit für ein Produkt, für eine Marke muss immer gegeben sein, denn die meistens sehr langen Entwicklungsphasen kosten viel Geld. Wenn wir also eine gute Wertschöpfung haben, dann können wir uns und unsere Marken und Produkte auch ständig weiterentwickeln.

**Die kurzlebigen Trends werden dabei eher ein Härte-test für die Entwicklungen sein.**

Das sind sie, und deshalb müssen wir ständig analysieren, etwa zur Frage: Bringt die Innovation das wirtschaftlich überhaupt für uns? Welche Wertigkeiten hat der Händler, ist gerade diese Innovation die richtige für ihn? Welche Bedürfnisse gibt es bei den Konsumenten?

**Sie sind seit nunmehr 42 Jahren in der Milchbranche tätig. Hilft Ihnen die eine oder andere bisherige Erfahrung grundsätzlich bei Ihren Entscheidungen?**

Das eine sind die Fakten einer Analyse, die am Tisch liegen. Das andere ist das tägliche Geschäft, das tägliche Verkaufen, und dafür kann ich sicherlich auf meinen Erfahrungen aufbauen. Ich habe alles erlebt, was mit Verkauf zu tun hat: Ich war Fahrverkäufer, hatte die Aufgabe, eine Verkaufsmannschaft aufzubauen, war Verkaufsleiter für Innendienst und Fahrverkauf und seit elf Jahren bin ich jetzt Verkaufsleiter für Meggle Österreich. Ich habe alle Sprossen der Leiter erklimmen, die für mich möglich waren. Und ich bin übrigens davon überzeugt, dass man einen Verkäuferjob nicht lernen kann. Man muss ihn sich Schritt für Schritt erarbeiten.

**Herr Kreuzeder, vielen Dank für das Gespräch und herzliche Gratulation zum UDO 2017!**