



# UDO 2020 geht an **Wolfgang Stöhr**

Der Geschäftsführer von Ritter Sport Österreich sicherte sich den von CASH und proM<sup>2</sup> heuer zum fünften Mal vergebenen Preis, mit dem die besten Vertriebsmanager des Landes geehrt werden. Die Verleihung fand im Rahmen des diesmal virtuell abgehaltenen Alumnitreffens der Seminarreihe „Wie tickt der Einkauf“ statt.

Autor: Stefan Pirker

© Johannes Brumbauer

**N**ach Günther Würrer/Kotányi (2014), Hannes Winkelbauer/Firma Winkelbauer (2015), Adolf Pernsteiner/Stieglbrauerei (2016) und Franz Kreuzeder/Meggle (2017) ging der Sales-Life-Award UDO in diesem Jahr an Wolfgang Stöhr. Der Geschäftsführer von Ritter Sport Österreich setzte sich in einer Onlineabstimmung mit insgesamt 1.370 abgegebenen Votes gegen starke Konkurrenz durch. Nominiert waren weiters Peter Dellemann/Recheis, Karin Hahn/J. Hornig, Gabriele Pichler-Hammerschmidt/McCain und Mathias Walser/Manner.



CASH-Chefredakteurin Margaretha Jurik mit proM<sup>2</sup>-Inhaber Christian Reitterer und Ritter-Sport-Österreich-Geschäftsführer Wolfgang Stöhr, Gewinner des Sales-Life-Awards UDO 2020

Der 1968 in Mödling geborene Wolfgang Stöhr startete seine berufliche Karriere nach einem Betriebswirtschaftsstudium an der WU Wien zunächst im Handel (BML-Konzern, Löwa, Zielpunkt). Anschließend wechselte er zu Kellogg in die Industrie und von dort weiter zu Maresi als Verkaufsleiter. Seit 2012 ist er Geschäftsführer von Ritter Sport Österreich, wo er die Marktanteile beständig steigern konnte. „Ich fühle mich sehr geehrt und danke allen, die mir ihre Stimme gegeben haben! Es ist eine ganz besondere Auszeichnung, danke auch den Teams von proM<sup>2</sup> und CASH für die in diesen Zeiten nicht ganz leichte Organisation“, sagte Stöhr anlässlich der Auszeichnung.

### Gourmetpaket und Breakout Rooms

Überreicht wurde der Preis am Abend des 10. Novembers 2020 im Rahmen des „Wie tickt der Einkauf – Alumnitreffens“, das diesmal nicht wie üblich in der Weinbar im Meinel am Graben in der Wiener Innenstadt, sondern als Onlineevent durchgeführt wurde. Dennoch mussten die rund 50 Teilnehmer nicht auf edle Speisen und Getränke – diese wurden ihnen per Meinel-Gourmet-Paket im Vorfeld zugeschickt – sowie eine interessante Keynote verzichten. Diese hielt diesmal Manuel Hofer. Der Geschäftsführer von Top-Team Zentraleinkauf widmete sich vorrangig den Auswirkungen der Covid-19-Pandemie auf sein Unternehmen. Dabei verhehlte er nicht die nach einer Erholungsphase im Sommer nun wieder auftretenden starken Umsatzeinbrüche im Gastro-Großhandel, während sich der LEH gut entwickelt. Generell hätte die Pandemie noch stärker das Interesse der heimischen Konsumenten an österreichischen, regionalen Produkten gefördert, so Hofer.

Der Ausklang der Veranstaltung erfolgte schließlich in 14 Breakout Rooms. Hier wurden die Teilnehmer entweder per Zufallsprinzip oder per selbst geäußertem Wunsch in Kleingruppen von zwei bis fünf Personen unterteilt. Auf diese Weise war es auch bei einem Onlineevent möglich, Networking auf eine spannende, neue Art zu betreiben. ●



Das als Onlineevent abgehaltene Alumnitreffens der Seminarreihe „Wie tickt der Einkauf“ wurde vom proM<sup>2</sup>-Studio in Wien-Donaustadt zu Teilnehmern in ganz Österreich übertragen.



Udo Kaubek (r.), Geschäftsführer von Meinel am Graben und Namensgeber des Sales-Life-Awards UDO, bedankte sich bei Keynote-Speaker Manuel Hofer mit Hochprozentigem aus Japan.