



© Martina Drepper

Digitalisiert
Für Markant Österreich-Chef Thomas Zechner steht außer Frage, dass speziell zu Zeiten der Coronakrise automatisierte und schlanke Prozesse nicht nur effizient, sondern auch ein Garant für die Betriebsfähigkeit der laufenden Prozesse im Handel sind.

Markant rechnet mit solidem Plus

Mit +6,8 Prozent im Erlös hat Markant Österreich das Jahr 2019 absolviert, 2021 soll ebenfalls gut werden.

WIEN. Markant Österreich hat in 2019 den Verrechnungsumsatz auf 2,35 Mrd. € um 6,8% gesteigert. Imposant wird die Performance im Rückblick auf das vergangene Jahrzehnt: In dem erfolgte nämlich eine Steigerung um satte rd. 80%.

Auch für 2021 ist man positiv gestimmt: „Durch die Ausweitung auf neue Sortimentsbereiche in der Zusammenarbeit zwischen Markant und seinen bestehenden Händlern ist mit einer Rückkehr auf einen soliden Wachstumspfad 2021 zu rechnen“, erläutert Thomas Zechner, Geschäftsführer Markant Österreich.

Gastronomie-Schock

Allerdings konnte der erfreuliche Trend der letzten Jahre in den ersten drei Quartalen 2020 aufgrund der Corona-Pandemie nicht gehalten werden. Gravierende Auswirkungen auf den Tourismus und die Gastronomie trafen alle Foodservice-Händler

stark – und bekanntlich sind etwa die Nah&Frisch Großhandelshäuser in diesem Belang oft stark engagiert. Positiv für diese wiederum: Die Einzelhändler in der Markant Österreich haben sich im Vergleich zum Vorjahr sehr gut entwickelt. Insgesamt ergibt sich aktuell ein leichtes Minus zum Vorjahr. „Abhängig von der zukünftigen Entwicklung der Wintersaison im Zusammenhang mit der Coronakrise erwarten wir jedoch ein ausgeglichenes Ergebnis zu 2019“, ist Zechner dennoch zufrieden.

Für eine herausfordernde Zukunft hält man sich besonders im digitalen Bereich für bestens gerüstet: „Die digitalen Plattformen der Markant mit über 39.000 in Europa registrierten Usern sorgen auch in der Corona-Zeit dafür, dass der Warenfluss in die Geschäfte weiter zuverlässig funktioniert, egal ob es sich dabei um frisches Obst und Gemüse, Tiefkühlkost,

Kosmetik oder Baumarktartikel handelt“, berichtet Alois Kruth, Geschäftsführer der Markant AG. Er verweist auf ein breit angelegtes und permanent den Anforderungen angepasstes Datenmanagement-System: „Das unterstützt die Handelspartner zuverlässig mit allen relevanten Informationen bei der Steuerung der Warenwirtschaft wie auch bei der Sortimentsplanung.“

Schwerpunkte 2021

Worum es bei der Markant auch in 2021 in Österreich grundsätzlich gehen wird: betriebsinterne Prozesse und Abläufe effizienter und schlanker und damit ressourcenschonender machen. Zechner: „Das ist für alle Händler und Lieferanten von zentraler Bedeutung.“

Personalressourcen sollen in jene Unternehmensbereiche verschoben werden, in denen mehr Umsatz, ein höherer Marktanteil oder eine bessere Kundenbin-

dung erzielt werden kann. Damit dies gelingt, „setzen wir laufend Digitalisierungsprojekte mit unseren Partnern um“.

Die Schwerpunkte liegen in der laufenden Implementierung von neuen Schnittstellen im Bereich Stamm-, Bild- und Produktdokumenten-Daten für eine effiziente und sichere Datenübermittlung. Tagaktuelle Stamm- und Bild-daten, ohne manuellen Eingriff

”

Durch die Ausweitung auf neue Sortimentsbereiche zwischen Markant und seinen Händlern ist mit einem soliden Wachstumspfad 2021 zu rechnen.

Thomas Zechner
Markant Österreich

“

für den Online-Shop, sollen in Zukunft bei den Markant-Handelspartnern state of the art sein. Auch Klein- und Kleinstlieferanten von Markant sollen in der Digitalisierung ihrer Abläufe mit den Händlern laufend unterstützt werden. (nov)