

KEINE *halben* SACHEN

Seit **KERSTIN NEUMAYER** Vorstandsmitglied bei MERKUR ist, weht ein spürbar frischer Wind in den Filialen. Aber nicht nur in den Märkten zeigt sich ihre **FREUDE AN VERÄNDERUNG UND INNOVATION.**

von Sabine Reinthaler Fotos Reiner Riedler

Für Kerstin Neumayer gilt die Devise „Ganz oder gar nicht“. Seit sie im Februar 2014 ihre Aufgabe im Vorstand von MERKUR übernommen hat, ist viel passiert: eine neue Werbekampagne, eine neue Eigenmarke, ein Relaunch des *Friends*-Kundenbindungsprogramms, die Erweiterung des regionalen Sortiments – und per Jahresende wird man bei MERKUR auch online einkaufen und sich die Waren liefern lassen können. Eine enorme Leistung, wenn man bedenkt, dass Neumayer neben dem Category Management für Einkauf und Marketing mittlerweile auch noch Controlling, Personalentwicklung, E-Commerce, Merkur Direkt sowie Space und Floor Management verantwortet. Obwohl Neumayer demnach täglich ein großes Arbeitspensum zu bewältigen hat, wirkt sie sehr ruhig und gelassen. „Mir macht mein Beruf wirklich Freude, und das letzte Jahr war sehr spannend, auch wenn es natürlich arbeitsintensiv war. Aber wenn ich sehe, dass sich bereits im letzten Quartal 2014 Umsatz, Ertragszahlen und auch

Marktanteile positiv entwickelten, bin ich sehr zufrieden und weiß, dass wir am richtigen Weg sind.“

Alles hat seine Zeit

Am richtigen Weg war sie rückblickend gesehen schon immer, auch wenn sie nie einen bestimmten Karriereplan verfolgte. Bereits nach dem Studium der Handelswissenschaften machte sie ihre ersten beruflichen Erfahrungen als Trainee bei BILLA, damals noch eigentümergeführtes Unternehmen unter Karl Wlaschek. „Ich habe in mehreren Filialen gearbeitet und alles von der Pike auf gelernt, vom Regalputzen bis hin zum Kassieren.“ Ihr Engagement fiel auf, und nach einigen Monaten als Marktleiterin wurde ihr die Position einer Werbeleiterin angeboten. „Damals waren in der Werbeabteilung zwei bis drei Personen tätig, und eine Marketingabteilung gab es noch gar nicht.“ Neumayer baute nicht nur eine Marketingabteilung auf, sie initiierte neben Kundenbindungsprogramm und Kundenkarte auch eine Website und einen Online-Shop für BILLA. Wirkliche Pionierarbeit, denn in den 90er Jahren



ERFAHRUNG ZÄHLT Wenn Kerstin Neumayer am Regal steht, ist das keine Pose: Sie hat ihren Job von der Pike auf gelernt.



„**ICH MAG KEINE HALBEN SACHEN. ENTWEDER MACHE ICH ETWAS *mindestens zu 100 %* ODER GAR NICHT.**“

waren verkaufsfördernde Maßnahmen in dieser Form Neuland für Unternehmen. Heute ist dies für die Konsumenten selbstverständlich, genauso wie die Tatsache, dass BILLA nun zu einem internationalen Konzern gehört. „Seit dem Verkauf an REWE 1996 hat sich natürlich vieles geändert. Aber alles hat seine Zeit und sein Gutes.“ So auch ihr Wechsel zu MERKUR 2014, der der Marke sichtlich gut tut und der jede Menge Neuerungen nach sich zog.

Werbung und Kundenbindung

Eine Maßnahme, die mittlerweile sicherlich jedem Kunden aufgefallen ist, ist die neue Werbelinie. Der strenge Tester Mr. Ano Nym wurde nach 27 erfolgreichen Jahren pensioniert und durch FRÄNZ ersetzt. FRÄNZ ist ein Freund, er ist ein junger Mann, der Konsumenten vermitteln soll: Wer bei MERKUR einkauft, kann sich Freunde machen. „Natürlich wollen wir mit dem Konzept alle erreichen, aber unsere Kundenstruktur zeigt, dass wir zurzeit bei jungen Leuten unterrepräsentiert sind. Deshalb haben wir uns für eine Person entschieden, die auch die jüngere Bevölkerung anspricht. Aber er kommt auch bei den Älteren gut an, denn diese Generation ist mit früheren nicht vergleichbar, sie ist fit und agil, hat hohe Ansprüche, hat mit dem Leben noch lange nicht abgeschlossen und fühlt sich dadurch auch mit den Werten der Jüngeren verbunden.“ Auch das *Friends*-Kundenbindungsprogramm wurde erfolgreich verändert. Bisher wurden *Friends of Merkur*-Mitgliedern je nach Einkaufshöhe Punkte gutgeschrieben, für die sie diverse Waren erstehen konnten. In einem neuen Belohnungssystem werden diese Punkte den Kunden nun in bar abgelöst. „Punkte zu sammeln hat nur einen Sinn, wenn ➤



NUR DAS BESTE Mit Leistung auffallen: Karriereprogramm ebenso wie Produktmotto.

Kurzbiografie Kerstin Neumayer

Kerstin Neumayer wurde in Salzburg geboren und hat drei Jahre ihrer Kindheit aufgrund des Berufs ihres Vaters in Deutschland verbracht. Seit der Rückkehr der Familie lebt sie in Wien. Nach der Matura studierte sie Handelswissenschaften an der WU Wien, danach absolvierte sie ein Jahr lang ein Trainee-Programm bei BILLA, nach einigen Monaten als Marktleiterin wurde ihr ein Job als Werbeleiterin angeboten. Mit 30 Jahren wurde sie zur Prokuristin ernannt, 2010 zur Direktorin. Seit Februar 2014 fungiert sie als Vorstandsmitglied bei MERKUR. Kerstin Neumayer ist verheiratet und hat zwei Töchter im Alter von 18 und 12 Jahren.

das, was man dafür bekommt, einen hohen Wert darstellt. Sammelsysteme für Kochtöpfe, Bestecke, Bettwäsche usw. sind in Österreich nichts Besonderes mehr, die Leute haben sich daran gewöhnt und werden dadurch nicht mehr mobilisiert. Wir haben nach vielen Analysen beschlossen, dass wir lieber die Frequenz belohnen.“ Das heißt, je öfter jemand pro Monat bei MERKUR einkauft, desto mehr wird ihm im Folgemonat prozentuell abgezogen. „Unsere Überlegung war, dass es MERKUR Märkte nicht an jeder Ecke gibt und man wegen eines 10-Euro-Einkaufs nicht extra hinfährt. Also braucht es einen besonderen Anreiz, damit die Leute öfter zu uns kommen. Wir wollen die Stammkunden, die uns wirklich seit Jahren treu sind, damit belohnen.“

Marktplatz Merkur

Aber das ist noch lange nicht alles, was treuen Kunden in letzter Zeit auffällt. Das neue Motto „MERKUR, mein Marktplatz für Genuss und Lebensfreude“ spiegelt sich in den Märkten bereits wider. Die Atmosphäre ist sichtlich wärmer und freundlicher, und das Marktplatz-Konzept mit diversen Genussinseln wirkt sympathisch und einladend. Denn Einkaufen steht schließlich auch in Verbindung mit Werten und Emotionalität. Kerstin

Neumayer will deshalb in Zukunft den Schwerpunkt vermehrt auf regionale Produkte legen. „Wir wollen die regionale Verankerung des Marktes forcieren und der Unterschiedlichkeit mehr Rechnung zollen. Wien hat hier natürlich eine Sonderstellung, es gibt zwar ein paar regionale Wiener Produkte, aber die Leute sehnen sich primär nach Produkten aus dem ganzen Land. Deshalb wird in Wien das Angebot aus den besten Regionen Österreichs ausgebaut, während es in den Bundesländern die Lieferanten der Umgebung sind.“ Parallel dazu soll aber die neue MERKUR Eigenmarke auch nicht zu kurz kommen. Seit Dezember sind *Merkur immer gut*-Produkte in den Regalen zu finden, bis Jahresende sollen es 500 sein. *Merkur immer gut* bezeichnet ein qualitativ hochwertiges Warensortiment, das preislich im mittleren Segment angesiedelt ist. „Ich wünsche mir, dass MERKUR bei noch mehr Leuten als Marke eine Relevanz hat und in den Herzen der Leute stärker verankert ist. Er soll der Lebensmittelhändler in Österreich sein, der am meisten für Genuss und Lebensfreude steht. Die Menschen sollen sich dort wohlfühlen und inspiriert sein.“

Es gibt nicht nur Arbeit

Apropos, wie definiert Kerstin Neumayer eigentlich privat den Begriff Lebensfreude? „Für mich ist Lebensfreude ein großer Wert, denn das ist das übergeordnete Ziel im Leben. Auch wenn mal ein Problem auftaucht, soll das Leben Freude machen. Beruf, Familie, Freunde sind dabei für mich entscheidend. Der Beruf muss zur Lebensfreude beitragen, ich würde nie einen Job machen, der mir keinen Spaß macht. Die Zeit mit meiner Familie ist mein wichtigster Ausgleich. Ich habe auch einen großen Freundeskreis, bin ein sehr geselliger Mensch. Meine größte Leidenschaft ist aber sicher das Reisen und fremde Länder zu entdecken.“ Das heißt aber nicht, dass der Job während der Ferien vergessen wird? „Nein, ich checke natürlich auch im Urlaub meine Mails und will wissen, wie die Umsätze sind“, antwortet sie lachend.

„**MEINE FAMILIE, INSBESONDERE MEINE ZWEI KINDER, sind für mich der größte Energieakku.**“