

## **Presseinformation**

### **Umbau des Neu-Ulmer METRO Cash & Carry-Großmarkts abgeschlossen**

#### **Mit neuem Konzept für mehr Einkaufskomfort**

**Neu-Ulm, 18. Mai 2009 – Heute lädt METRO Cash & Carry Deutschland Kunden, Gäste und Medienvertreter zur Wiedereröffnung des Großmarkts in die Borsigstraße ein. Der Großhändler setzt in Deutschland ein völlig neues Vertriebskonzept ein. Gewerbetreibende aus der Region erwartet ein komplett überarbeitetes Sortiment zu unschlagbar günstigen Preisen, neue Services und mehr Einkaufskomfort.**

Im Großmarkt Neu-Ulm testet METRO Cash & Carry ein Vertriebskonzept, das insbesondere auf die Kernzielgruppen des Großhandelsunternehmens ausgerichtet ist. Dazu zählen einerseits die sogenannten HoReCa-Kunden – Hoteliers, Restaurantbesitzer und Caterer – und andererseits kleinere Lebensmittelhändler, beispielsweise Kiosk- und Minishopbetreiber. Für sie hat der Großmarkt das Sortiment überarbeitet, neue Services eingeführt und die Beratungsleistung im Markt erhöht. Auch das Angebot für Kleingewerbetreibende wie Ärzte, Handwerker oder Freiberufler wurde im Zuge des Umbaus stärker auf den Bedarf der jeweiligen Berufsgruppe zugeschnitten. „Alle Änderungen zielen darauf ab, unseren Kunden ein verbessertes Einkaufserlebnis zu bieten“, sagt Jörg Stahl, Geschäftsleiter METRO Cash & Carry Neu-Ulm. „Zugleich nutzen wir die Chance, uns im engen Austausch mit unseren Kunden noch stärker als Servicepartner für Gewerbetreibende zu positionieren.“

#### **Sortiment: Platz für Eigenmarken**

Damit sich die Gewerbetreibenden künftig besser in den Abteilungen zurechtfinden, hat METRO Cash & Carry das Sortiment gestrafft. „Insbesondere im Nonfood-Sortiment bieten wir unseren Kunden nun mehr Orientierung und Produkte, die speziell auf ihren professionellen Bedarf zugeschnitten sind“, so Jörg Stahl. In den Food- und Frischebereichen hat der

## **Presseinformation**

Neu-Ulmer Großmarkt sein Angebot für Gastronomen erweitert. Diese haben nun beispielsweise die Wahl zwischen zahlreichen Convenience-Produkten in praktischen Großgebinden. Auch Eigenmarken und Premium-Artikel erhalten mehr Platz im neu gestalteten Frischebereich. Zudem präsentiert der Großhandelsprofi viele Produkte künftig direkt auf der Palette. So ist nicht nur sichergestellt, dass die Waren stets in ausreichender Menge im Markt vorhanden sind. Gewerbetreibende finden die für sie wichtigen Produkte jetzt auch deutlich schneller. Hinzu kommt ein neues Preiskonzept: Statt wechselnder Aktionsangebote bietet der Großmarkt Neu-Ulm künftig dauerhaft günstige Preise an. Mit dem neuen Preisversprechen erspart METRO Cash & Carry seinen Kunden die mühsame Suche nach dem besten Preis.

### **Service: Schneller am Ziel**

Die neuen Services zielen ebenfalls darauf ab, den Einkauf zügiger und komfortabler zu gestalten. Ein Beispiel ist der sogenannte Vorkommissionierungs-Service: Dabei stellen die Mitarbeiter die zuvor vom Kunden bestellten Produkte abholbereit zusammen. Wer zusätzlich Zeit sparen will, nutzt den inzwischen deutschlandweit eingeführten METRO-Belieferungsservice. Dabei haben die Kunden die Wahl zwischen rund 25.000 Food- und Nonfood-Artikeln, die ihnen in bewährter METRO-Qualität und mit Frischegarantie zur Verfügung stehen.

### **Beratung: Infocounter bieten Anlaufstellen**

Darüber hinaus hat der Großmarkt Neu-Ulm sein Fachberaterteam ausgebaut. Die speziell geschulten Berater – unter anderem in den Bereichen Wein und Gastronomieartikel – unterstützen bei der Auswahl geeigneter Produkte und weisen gezielt auf Neuheiten im Sortiment hin. Eine Besonderheit ist die Kundenlounge: Dort können sich Kunden über verschiedene Gastro-Lösungen informieren und diese gleich vor Ort ausprobieren. Ausgestellt sind beispielsweise eine betriebsbereite Imbissküchenzeile und eine Cafébar.



## **Presseinformation**

METRO Cash & Carry betreibt mit mehr als 17.000 Mitarbeitern mehr als 120 Großmärkte in Deutschland. Über 3,35 Millionen Kunden vertrauen auf das Sortiment und die Leistungen des Unternehmens, das international in 29 Ländern mit 655 Märkten aktiv ist. Die METRO Group zählt zu den bedeutendsten internationalen Handelsunternehmen. Sie erzielte im Jahr 2008 einen Umsatz von 68 Mrd. €. Das Unternehmen ist in 32 Ländern an rund 2.200 Standorten tätig und beschäftigt rund 300.000 Mitarbeiter. Die Leistungsfähigkeit der METRO Group basiert auf der Stärke ihrer Vertriebsmarken, die selbstständig am Markt agieren: Metro/Makro Cash & Carry – international führend im Selbstbedienungsgroßhandel, Real SB-Warenhäuser, Media Markt und Saturn – europäischer Marktführer im Bereich Elektrofachmärkte, sowie Galeria Kaufhof Warenhäuser. Weitere Informationen unter: [www.metrogroup.de](http://www.metrogroup.de).

### **Kontakt:**

METRO Cash & Carry Deutschland

Unternehmenskommunikation

René Beutner || Jeanette Hütten

Metro-Straße 8 || 40235 Düsseldorf

Telefon +49 (0)2 11 969 - 33 19 || +49 (0)2 11 68 86 - 11 89

Telefax +49 (0)2 11 969 - 490 33 19

[rene.beutner@metro-cc.de](mailto:rene.beutner@metro-cc.de) || [jeanette.huetten@metro-cc.de](mailto:jeanette.huetten@metro-cc.de)

[www.metro-cc.de](http://www.metro-cc.de)