



Die Schülerinnen und Schülern durften einen bunten Mix aus verschiedenen Tomatensorten und diverse Ananasstücke probieren und bewerten.

FOTO: JONA FALKNER

So kommen Produkte ins Netto-Regal

LEBENSMITTEL Unterricht mal anders: Schüler besuchten die Zentrale von Netto Marken-Discount und durften selbst Produkte testen.

VON DER FVK1 DER FOSBOS REGENSBURG

PONHOLZ. Ein liebevoll eingerichteter Tante-Emma-Laden begeistert uns und zeugt noch von sehr viel früheren Zeiten. Es fühlt sich für den Bruchteil einer Sekunde an wie in einer anderen Zeit, doch dieses nostalgische Gefühl lässt sich nur schwer vereinbaren mit dem Hier und Jetzt: der winzige Laden als kleine Insel innerhalb der großen und modernen Eingangshalle der Netto-Zentrale in Ponholz.

Der Blick nach draußen führt auf einen riesigen Platz mit etlichen LKWs, die logistisch ausgeklügelt mit Netto-Produkten beladen werden und in Richtung Autobahn zu ihrem Zielort aufbrechen. Nicht in einen 20 Quadratmeter großen Tante-Emma-Laden, sondern in einen der vielen Netto-Märkte der Region. Doch wer entscheidet eigentlich, welche dieser Produkte es in die Netto-Regale schaffen? Zur Beantwortung dieser Frage nahmen sich der Einkäufer SB-Fleisch, Stefan Uschold, und Markus Berger, Koordinator Qualitätssicherung Obst, Gemüse, Blumen und Pflanzen, Zeit und erläuterten den Weg der Produkte bis in den Supermarkt.

Im ersten Schritt der Produktauswahl stellt Netto eine Anfrage beispielsweise für Fleischwaren an den Lieferanten. „Wir geben zum Beispiel an, wie hoch der Fleischanteil sein soll, wie viele Rippchen das Stück haben soll und wählen eine Marinade“, so Stefan Uschold. Daraufhin sendet der Produzent eine Probelieferung an Netto. Ob

diese den Vorstellungen des Unternehmens tatsächlich entspricht, gilt es dann zu überprüfen. Dafür findet wöchentlich eine sogenannte Verkostung statt. Dabei probieren Mitarbeiter der Qualitätssicherung und diverser Einkaufsbereiche mit allen Sinnen, ob das Produkt bereits für die Produktion freigegeben werden kann oder noch nachjustiert werden muss. Um ein möglichst vielseitiges Meinungsbild zu erlangen, nehmen auch Personen aus anderen Produktparten an der Verkostung teil.

Die Schülerinnen und Schüler durften nun selbst im Zuge der Recherchearbeit testen. Dabei verglichen sie kritisch die neuesten Produkte von Fleisch bis Fisch sowie Obst und Gemüse. In einer Verkostungsküche inmitten der Büroräume wurde den Schülerinnen und Schülern ein buntes Mix aus verschiedenen Tomatensorten und diverse Ananasstücke zum Probieren bereitgestellt. Auch der Geruch von frisch zubereiteten Rippchen und Fisch lag in der Luft. Dabei lernten die Verkoster auf Probe, was bei einer Verkostung besonders wichtig ist: Um einen möglichst hohen Grad an Neutralität zu gewährleisten, darf die Verpackung nicht sichtbar sein. Daher bekommt jedes Produkt lediglich eine Nummer.

Feine Geschmacksnerven

Dass eine Verkostung mehr ist als ein verfrühtes Mittagessen, wurde den Schülerreportern schnell klar. Denn das Geschmeckte und Geruchene in Worte zu fassen und in einer Skala einzuordnen, verlangt feine Geschmacksnerven und einen differenzierten Wortschatz. Beim Degustieren der Ananasstückchen und Tomaten ließen sich klare Unterschiede zwischen den verschiedenen Sorten schmecken, was am jeweiligen Säure- und Zuckergehalt liegt. „Die Geschmäcker sind natürlich verschieden, allerdings kann man sagen, dass Obst und Gemüse mit einem eher höheren Zuckergehalt und weni-

ger Säure von der Allgemeinheit bevorzugt werden“, so Berger. Auch im Fleisch- und Wurstbereich sei eine klare Tendenz zu erkennen. Allen, die an diesem Punkt bereits sicher waren, dass es sich beim Beruf des Verkosters um einen Traumberuf handelt, gab Markus Berger schmunzelnd zu bedenken: „Das klingt jetzt erst einmal super, dass man wöchentlich neue Produkte testen darf, aber dabei muss man bedenken, dass auch Knoblauch in die Verkostung

geht. Das ist dann natürlich nicht unbedingt angenehm oder spannend.“

Entspricht die Probelieferung bei der Verkostung in der Netto-Zentrale noch nicht den Anforderungen des Unternehmens, wird eine Rückmeldung mit Verbesserungswünschen an den Lieferanten gestellt. Dieses Vorgehen wiederholt sich, bis das Produkt den Anforderungen entspricht. Damit ist es aber noch lange nicht im Sortiment. Erst muss es beim Kunden bestehen

und seinen Geschmack treffen. Das Wichtigste ist aber die Akzeptanz des Produkts beim Kunden. Wird der Artikel nach entsprechender Werbung erfolgreich verkauft, steht einer Festlegung im Dauersortiment nichts im Weg.

Nicht in jeder Netto-Filiale gibt es eine identische Produktpalette. Eine genaue Analyse des Kaufverhaltens zeigt, für welchen Markt sich welche Produkte eignen. Dass sich zum Beispiel Thüringer Bratwürste in einer Stadt wie Nürnberg eher schlecht verkaufen, muss dabei beachtet werden.

Ausgefeilte Logistik

Auch Transportwege müssen kalkuliert werden. Lebensmittel kommen je nach Saison aus den verschiedensten Ländern, zum Beispiel Erdbeeren aus Marokko oder Fisch aus Norwegen. Alles wird in kürzester Zeit mithilfe ausgefeilter Logistik nach Deutschland geliefert und an den Verbraucher gebracht. Regionale Produkte gibt es bei Netto natürlich auch. „Diese möchten immer mehr Kunden. Darauf versuchen wir natürlich auch zu reagieren“, so Berger.

Um die Qualität der Ware objektiv zu prüfen, gibt es verschiedene Messgeräte wie zum Beispiel Penetrometer für die Druckfestigkeit oder Refraktometer, um den Fruchtzuckergehalt zu bestimmen. Aber warum gibt es deutsche Äpfel, die bekanntlich im Sommer reif werden, im Februar im Netto-Markt zu kaufen? Auch Lebensmittel aus dem eigenen Land können durch optimale Lagerung länger zur Verfügung stehen. Damit ein solcher Apfel auch im Februar noch knackig ist und Vitamine besitzt, setzt man diese in eine Art künstlichen Tiefschlaf. In luftdichten Kamern werden die Äpfel in der Erzeugergemeinschaft der jeweiligen Obstbauern gelagert und der Alterungsprozess gestoppt, sodass die deutschen Äpfel auch im Winter in den Verkauf gehen können.



Ein Tante-Emma-Laden erinnert an früher.

FOTO: JONA FALKNER

NETTO ALS ARBEITGEBER

Vielfältige Einstiegs- und Aufstiegschancen:

Als größtes Unternehmen der Oberpfalz zählt Netto zu den wichtigsten Ausbildern in der Region und hat jährlich deutschlandweit über 2000 Ausbildungsplätze in 15 Berufen an motivierte Talente zu vergeben. Darüber hinaus können handelsaffine Nachwuchskräfte zwischen zwei Abiturientenprogrammen, fünf dualen Bachelor-Studiengängen und zehn Trainee-Programmen wählen. Dank spezieller Entwicklungsprogramme und der garantierten Übernahme bei sehr guten Leistungen haben engagierte Durchstarter attraktive Karrierechancen.

Führungspositionen besetzt Netto

zudem bevorzugt mit eigenen Mitarbeitern. Voraussetzung für eine Ausbildungsbewerbung: Zu den Voraussetzungen für eine Ausbildung gehört mindestens ein Hauptschulabschluss. In die Bewerbung müssen ein ansprechendes Anschreiben, ein Bewerbungsfoto, Zeugnisse und ein tabellarischer Lebenslauf.

Die Arbeitsbereiche: Von Vertrieb, Logistik und Verkauf über IT- und Kommunikationsberufe bis hin zur Fachausbildung zum Marktleiter ist für jeden Geschmack das Passende dabei.