

Die Menschen mitnehmen



Unternehmen stehen unter einem enormen Veränderungsdruck. Der Führungsnachwuchs aus den Generationen Y und Z tickt einfach anders. Macht und Geld, die Belohnungssysteme der älteren Manager-Generation, reicht ihm nicht. Freiheit und Unabhängigkeit sowie eine ausgeglichene Work-Life-Balance sind die neuen Zugpferde für Talente. Top-Manager müssen heute mehr kommunikative Moderatoren als einsame Helden an der Spitze sein, denen die Mitarbeiter blind nachzueifern. Utho Creusen, Birte Gall und Oliver Hackl gehen in ihrem Buch „Digital Leadership“ der Frage nach, welche Führungskonzepte im digitalen Zeitalter Erfolg versprechen. Mit ihrem Modell sollen Führungskräfte angeregt werden, zeitgemäß zu entscheiden und ihre Teams anzuleiten. „Digital Leader“ entwickeln Visionen und ehrgeizige Ziele gemeinsam mit den Mitarbeitern. Sie fördern den Einsatz digitaler Medien, um ihre Organisation schnell, agil und flexibel zu machen. Sie vernetzen Menschen in sozialen Netzwerken und sorgen dafür, dass sich alle auf dem besten Wissensstand befinden.

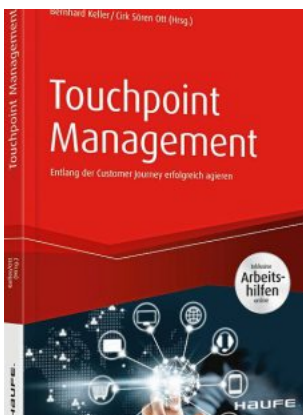
Die Autoren beleuchten das Thema von vielen Seiten und geben zum Beispiel einen Überblick über wichtige technologische Entwicklungen wie Mobile, Internet der Dinge, Blockchain, Künstliche Intelligenz und Robotik und Cloud-Computing. Sie untersuchen moderne Arbeitsmethoden wie agile Entwicklung, die Zusammenarbeit von Mensch und Maschine sowie Selbstmanagement. Auch Start-ups und ihre Bedeutung für den Innovationsprozess untersuchen Creusen, Gall und Hackl. Viele Konsumgüterher-

Analysen, Broschüren, Lektüretipps

Kompodium: Anhand von Beispielen werden in dem Buch **Sicherheitslösungen für den Retail** des Deutschen Ladenbau-Verbands (dlv) die planerischen und versicherungsrechtlichen Anforderungen an die bauliche Sicherheit im Einzelhandel erläutert. Es werden u.a. die Themen Bedeutung des Sicherheitskonzeptes, Alarmierung, Videoüberwachung und Zutrittskontrolle behandelt. Außerdem geht es um Möbelsicherung, Brandschutzbestimmungen, rechtliche Grundlagen und relevante Gesetze, Richtlinien, Normen sowie BG-Vorschriften. Der Leitfaden gibt Projektverantwortlichen im Einzelhandel nützliche Hinweise für die Praxis, enthält Merkblätter von Herstellern und einen Sicherheits-Check für Verkaufsstellen sowie Handlungshilfen zur Gefährdungsbeurteilung. Das Taschenbuch ist für 68 Euro beim Verlag Beuth-Praxis erhältlich: In-

fo@netzwerk-ladenbau.de.

Wegweiser: Das Vermischen von Online- und Offline-Touchpoints macht Shopper zunehmend unberechenbar und fordert den Handel heraus, Kunden auf modernen Kommunika-



tionkanälen anzusprechen. Wie das funktioniert, zeigen **Bernhard Keller** und **Cirk Sören Ott** in ihrem Buch „Touchpoint Management“. Mit Erfahrungsberichten aus verschiedenen

Branchen sowie Empfehlungen zum Einsatz von Dienstleistern und Software bringen die Autoren dem Leser die neuen Auffassungen von Marketing näher (Haupe, 256 Seiten, 39,95 Euro, ISBN: 978-3-648-09335-1).

Neueste Forschungserkenntnisse: Die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) hat mit dem Deutschen Institut für Lebensmitteltechnik (DIL) die Publikation „So schmeckt's in Zukunft – Trends und Innovationen in der Lebensmittelindustrie“ herausgegeben. Die Broschüre informiert über Erfolgsgeschichten aus Wissenschaft und Praxis, die die Lebensmittelherstellung von morgen möglich machen. Anhand von Praxisbeispielen wird gezeigt, wie Innovationen nicht nur zur Marktreife gebracht werden, sondern wie sie vollständig neue Geschäfts-

modelle begründen können. Die Broschüre kann gratis unter www.bve-online.de bestellt oder heruntergeladen werden.

Systematisches Beziehungsmarketing: Langfristige und funktionierende Geschäftsbeziehungen sind ein wesentlicher Faktor für den Unternehmenserfolg. Nicht nur in Krisenzeiten zahlen sich gute Beziehungen zu Geschäftspartnern und Lieferanten aus. Wie sich diese systematisch aus- und aufbauen lassen, beschreibt das **Lehrbuch „Beziehungsmarketing“** von **Professor Guido Grunwald** (Hochschule Osnabrück) und **Professor Jürgen Schwill** (Technische Hochschule Brandenburg). Unter Beziehungen sind hier nicht nur die potenziellen Auftraggeber gemeint. Der Begriff schließt vielmehr alle denkbaren Stakeholder mit ein, also beispielsweise Kunden, Investoren oder gesell-



schaftliche Interessenträger. Neben den theoretischen Grundlagen vermitteln die Autoren vor allem umsetzungsrelevantes Wissen: Instrumente und Methoden des strategischen sowie taktisch-operativen Beziehungsmarketings. Zum leichteren Transfer in die Praxis dienen auch zahlreiche Fallstudien und Übungsaufgaben (Schäffer-Poeschel, 256 Seiten, 29,95 Euro, ISBN: 978-3-7910-3522-2).

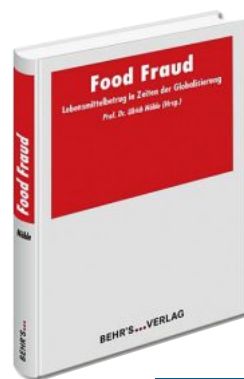
ler gründen digitale Unternehmenseinheiten, die mehr oder weniger autark neben der traditionellen Organisation bestehen. Was bedeutet das für die Kernmannschaft, und wie lässt sich das Know-how transferieren – diesen Fragen widmet sich die Publikation ebenfalls, auch anhand von Praxisbeispielen. Die digitale Transformation stellt für Führungskräfte eine herausfordernde Aufgabe dar, heißt es im letzten Kapitel. Sie sollten nicht alles allein lösen, sondern mehr die Rolle eines Expeditionsleiters einnehmen, der zusammen mit einem Team aus Experten ein neues Land entdeckt und dieses kartiert. „Ein spielerischer Ansatz und Experimentierfreude gehören unbedingt mit ins Gepäck.“ *lod/lz 43-17*

Utho Creusen, Birte Gall, Oliver Hackl: Digital Leadership, Springer Gabler, 238 Seiten, 44,99 Euro, ISBN:978-3-658-17811-6

Food Fraud in Zeiten der Globalisierung

Der Fipronil-Fall zeigt aktuell in aller Deutlichkeit, wie wichtig es für Unternehmen ist, sich gegen Lebensmittelbetrug in der Lieferkette zu wappnen. Lebensmittelskandale erschüttern das Vertrauen der Verbraucher und können auch unbescholtene Unternehmen schnell in existenzielle Schwierigkeiten bringen. Das Fachbuch „Food Fraud“ gibt einen Überblick über die rechtlichen Grundlagen, das behördliche Sanktionssystem und den aktuellen Stand der analytischen Nachweismethoden.

Lebensmittelunternehmer erhalten in dem kompakten Nachschlagewerk klare Handlungsempfehlungen, wie im Krisenfall zu reagieren ist und welche Vorsorge notwendig ist, um nicht Opfer von betrügerischen Macheschaften zu werden. Der Herausgeber des Buchs, Prof. Dr. Ulrich Nöhle, ist ein erfahrener Branchenkenner. Nöhle war Qualitätsmanager bei Nestlé Deutschland und Vorstandsvorsitzender der Nordzucker AG und arbeitet heute als selbstständiger Krisen- und Interimsmanager. *be/lz 43-17*



Prof. Dr. Ulrich Nöhle (Hrsg.), Food Fraud – Lebensmittelbetrug in Zeiten der Globalisierung, 1. Auflage 2017, Behr's Verlag, 188 Seiten, 138,57 Euro, ISBN: 978-3-95468-431-1

Verbesserung der Customer Experience

Um im digitalen Zeitalter Schritt halten zu können, müssen stationäre Händler ihren Kunden ein besonderes Erlebnis bieten. Denn der Verbraucher möchte auch in der Offline-Welt personalisiert, standortbezogen und mit individuellen Botschaften entlang der gesamten Kundenreise begleitet werden. Und das in Echtzeit. Was ist eine optimale Customer Experience? Welche Technologien (z.B. Beacons) kommen zum Einsatz? Wie hängen eine positive Verbrauchererfahrung und Kundenbindung zusammen? Und was wünscht sich der Konsument? Antworten darauf verspricht Entscheidern im digitalen Marketing ein englischsprachiges Whitepaper des Lichtexperten Osram mit wertvollen Tipps und Infos. *lz 43-17*

| FIRMEN | | |
|----------------------|-----------|------------------------|
| AB InBev | 12 | Hellofresh 6 |
| Aldi | 12 | Henkel 126 |
| Amazon | 121 | Hit Pütz 46 |
| Arnold André | 12 | |
| | | Ikea 127 |
| Bäro | 126 | |
| Bartels-Langness | 73 | JBS 18 |
| Beckers Bester | 12 | |
| Berentzen | 16 | Karlsberg 16 |
| Blue Code | 122 | Kaufhof 1/8 |
| Bünting | 1/4 | Kerry Group 22 |
| | | Krispy Kreme 14 |
| Carlsberg | 16 | Krone 22 |
| Carrefour | 10 | |
| Ceconomy | 6 | Lidl 12 |
| Coca-Cola | 12 | Lieken 22 |
| Creditreform | 16 | |
| | | Maggi 70 |
| Daimler | 122 | Markant 60 |
| Dextro Energy | 24 | Media-Markt-Saturn 122 |
| DHL | 121 / 122 | Metro 4/6 |
| dm | 6/104/127 | |
| Dornseifer | 46 | NCR 70 |
| Dr. Oetker | 17/30 | Nestlé 94 |
| | | Otto 121/127 |
| Eckes | 72 | |
| Ecover | 126 | Payback 122 |
| Edeka | 12/46 | |
| Emmi | 22 | Refresco 17 |
| Esselunga | 10 | Reh Kendermann 14 |
| | | Ferrero 12/121 |
| Ferrara | 12 | 70/122/123/125 |
| Fiege | 122 | Riha 12 |
| Followfood | 22 | Ritter 16/24 |
| Fuchs Gewürze | 14 | |
| | | SAP 121 |
| Globus | 66 | Schlecker 23 |
| Google | 121 | Stabilo 14 |
| Gottfried Friedrichs | 22 | STI Group 126 |
| GST | 122 | |
| | | TCC 123 |
| Handelshof | 124 | |
| HDE | 42 | Walmart 10 |
| Heineken | 16 | |

IMPRESSUM

Lebensmittel Zeitung

69. Jahrgang

Verlag: Deutscher Fachverlag GmbH
Postadresse: 60264 Frankfurt am Main; **Hausadresse:** Mainzer Landstraße 251, 60326 Frankfurt am Main
Telefonzentrale: +49 69 7595-01; Fax: -2210 (Vertrieb); -1740 (Anzeigen); -1400 (Redaktion)

Gründer: Wilhelm Lorch †
Geschäftsführung: Angela Wisken (Sprecherin), Peter Esser, Markus Gotta, Peter Kley, Holger Knapp, Sönke Reimers
Aufsichtsrat: Klaus Kottmeier, Andreas Lorch, Catrin Lorch, Peter Ruß

E-Mail-Adresse LZ-Redaktion: red-lz@dfv.de
LZnet: www.lebensmittelzeitung.net
<http://www.german-retail-blog.com>
Telefondurchwahl LZ: +49 69 7595-

Redaktion

Chefredaktion und presserechtlich verantwortlich: Angela Wisken (1401/1171); Stellvertreter: Bernd Biehl (1402); Gerd Hanke (1413); Christiane Preuschat (1418)
Chef vom Dienst: Christina Kersch (1463)

Handel: Jan-Henrik Mende, Ltg. (1428); Jens Holst (1417); Annette C. Müller (1416); Hans Jürgen Schulz (2528); Iris Tietze (1426); **International Desk/German-Retail-Blog:** Mike Dawson (1483)

Industrie: Christoph Murrmann, Ltg. (1423); Heidrun Krost, Stellv. (1461); Hans Bielefeld (1427); Maurizio Giuri (1425)

Frischware: Dirk Lenders, Ltg. (1495); Werner Tewes (1435); Andrea Wessel (1432)
Recht und Politik: Hanno Bender, Ltg. (1431); Gerrit-Milena Strätling (1433)
Journal: Gerd Hanke, Ltg. (1413); Christiane Dühmann, Stellv. (1491); Miriam Hebben (1487); Mathias Himberg (2517); Birgitt Loderhose (1478); Renate Sulzmann (1443); Katy Weber (1469)
IT und Logistik: Jörg M. Rode, Ltg. (1447); Silvia Flier (1419); Roswitha Wesp (1499)
Marketing: Jörg Konrad, Ltg. (1465); Daniela Rück (1493); **Verpackung, Umwelt:** Horst Wenzel (2514); **Management und Karriere:** Silke Biester (1455); Julia Wittenhagen (1456); **Personalien, Ereignisse:** Alrun Krönert (1462, Home-Office: 0151-61301272)
Nonfood: Tassilo Zimmermann, Ltg. (2513)
Länderthemen: Ralf Bender, Ltg. (1459); Heike Balzer (1489); Judit Hillemeier (1458); Laura Nies (1438)
Redaktion Berlin: Petra Klein, Haus der Bundespressekonferenz, Büro 1208, Schiffbauerdamm 40, 10117 Berlin, Tel. 030/20627889, Fax 030/20634641
iPad-Projektleitung Redaktion: Christiane Dühmann (1491)
LZnet: Tanja Fries, Ltg. (1454); Lena Bökamp (1486); Beate Hofmann (1468); Marco Kitzmann (1452); Manuela Ohs (1412); Britta Rosbach (1446); Sabrina Schadwinkel (2518)
Bildarchiv: Karin Schilling (1453); Susanne Boles-Desiere (1445)
Grafik: Art Director/Leiterin Grafik: Marianne Hartz, (1473); Rainer Fröhlich (1479); Annette Gerhards-Fley (1457); Monika al Jalali (1477); Gudrun Kiender (1471); Sigrun Wodke (1475)
Systembetreuung: Peter Sumerauer-Bodensohn (1476)

Verlagsabteilungen

Verlagsleitung: Klaus Mehler (1691)
Objektleitung Anzeigen: Sven Lang (1756)
Stellenmarkt: Daniela Waldmann, Ltg. (3095)
Anzeigendisposition: Rainer Tradt, Ltg. (1744), verantwortlich für den Inhalt der Anzeigen

Vertrieb: Andreas Hoffmann, Ltg. (1761)
Abonnentenservice: Heike Deibel (2215); Klaus Hausmann (2213)
Marketing: Beate Ohlsen, Ltg. (1951)
Marktforschung: Hilke Waas, Ltg. (1957)
Seminare und Events: Johanna Kuhn, Ltg. (1952)
Gesamtleitung Printmedien-Service: Kurt Herzig (2461)
Produktion: Hans Dreier, Ltg. (2463)
Logistik: Ilja Sauer, Ltg. (2201)
 Alle Frankfurt am Main.
Erscheinungsweise: wöchentlich
 2-mal jährlich mit Verlegerbeilage LZ Nonfood Trends und monatlich einmal mit Verlegerbeilage Der Handel (Teilaufgabe)

Bezugspreise

Inland, inkl. Der Handel: Jahresabonnement: 360,- EUR (inkl. MwSt.); für Studierende gegen Vorlage einer Immatrikulationsbescheinigung: 204,85 EUR (inkl. MwSt.)
Europa: Jahresabonnement: 457,96 EUR (inkl. MwSt.); 428,- EUR (bei Nennung der UStID-Nr. ohne MwSt.)
Ausland: Jahresabonnement: 446,- EUR
Einzelausgabe der LZ: 7,50 EUR + Porto + MwSt.
 Alle LZ-Jahrespreise inkl. Versandkosten
 Alle Angebote und Preise von LZ sowie LZ Digital (inkl. E-Paper) sind verfügbar unter www.lebensmittelzeitung.net/abo.
 Die Abonnementsgebühren sind im Voraus zahlbar. Abbestellungsfrist nur mit dreimonatiger Frist zum Ende des jeweiligen Berechnungszeitraumes möglich.
Anzeigenpreisliste: Nr. 63 vom 01.01.2017 und 63a vom 01.01.2017 für Stellenanzeigen.
Bankverbindungen: Frankfurter Sparkasse, Frankfurt a.M., BIC: HELADEF1822; IBAN: DE56 5005 0201 0000 0349 26.
Druck: WVD, Kurhessenstr. 4-6, 64546 Mörfelden-Walldorf. Gedruckt auf umweltfreundlich-chlorfreiem Papier.

Nutzungsrechte: Die vorliegende Fachzeitschrift wird in gedruckter und digitaler Form vertrieben und ist aus Datenbanken abrufbar. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Artikel und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigung, Verbreitung, Digitalisierung, Speicherung in Datenbanksystemen oder Inter- und Intranets, ist unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urheberrecht nichts anderes ergibt. Sollten Sie Artikel aus dieser Fachzeitschrift nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder in Ihr Intranet übernehmen oder per E-Mail versenden wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der Deutschen Fachverlag GmbH erwerben. Ihre Anfrage können Sie per E-Mail an content-syndication@dfv.de richten. Auskunfts erhalten Sie telefonisch unter 069 7595-2042. Für die Übernahme von Artikeln in Ihren internen elektronischen Pressespiegel erhalten Sie die erforderlichen Rechte unter www.presse-monitor.de oder telefonisch unter 030 284930 bei der PMG Presse-Monitor GmbH.
 Mit der Annahme zur Veröffentlichung überträgt der Autor dem Verlag das ausschließliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts. Diese Rechteübertragung bezieht sich insbesondere auf das Recht des Verlages, das Werk zu gewerblichen Zwecken per Kopie (Mikrofilm, Fotokopie, CD-ROM oder andere Verfahren) zu vervielfältigen und/oder in elektronische oder andere Datenbanken aufzunehmen.

ISSN-Nummer 0947-7527

Der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. angeschlossen.

Dekofel
 MODERNER MARKT
 LEBENSMITTEL-KAUFMANN
 LEBENSMITTELHANDEL

EURO Food
 THE GERMANY'S BEST RETAILER

dfv Mediengruppe