

Quelle: Eifel hautnah – Das Buch 2020

Datum: 01.01.2020

Seite: 296 - 297



## HEIKO SICHERT LEBENSQUALITÄT AUF DEM LAND „TANTE EMMA“ AUF RÄDERN

WENN DIE HEIKO-MÄRKTE AUF RÄDERN NICHT SCHON SEIT JAHRZEHNTEN UNTERWEGS WÄREN, MAN MÜSSTE SIE SPÄTESTENS HEUTE ERFINDEN, DENN DIE VERKAUFSFAHRER DES NEUENDORFER UNTERNEHMENS LIEFERN NICHT NUR FRISCHES OBST, GEMÜSE, BROT, FLEISCH- UND WURSTWAREN BIS AN DIE HAUSTÜR, SIE SIND AUCH FÜR VIELE KUNDEN GESPRÄCHSPARTNER, BERATER UND WICHTIGER KONTAKT ZUR AUßENWELT.

296

ERFOLGREICH IN DER EIFEL

Viele HEIKO-Kunden sind im Seniorenalter und nutzen den wöchentlichen HEIKO-Service, um sich mit Lebensmitteln ortsnah zu versorgen. Aber die Kundschaft wandelt sich: Das bewusst regionale Angebot lockt auch mehr und mehr junge Käufer. Sie nutzen, dass Heiko einen Vor-Ort-Service mit Produkten aus der Eifel bietet. Denn: Nur in zehn Prozent der rund 2.200 Dörfer, die HEIKO anfährt, existieren noch kleinere Lebensmittelgeschäfte. Da ist das Angebot der rollenden Kaufhäuser Garant für Frische und Qualität aus der Region.

Anfangen hat die HEIKO-Erfolgsgeschichte in den frühen 50er Jahren. Emil Kottsieper, Spätheimkehrer des 2. Weltkriegs, kaufte vom Begrüßungsgeld Jungfrauen und zimmerte mit einfachsten Mitteln Hühnerställe. Die Eier und frisches Geflügel lieferte er per Moped und Anhängen an die Kunden in der Region. Die Zeichen der Zeit erkannte, konzentrierte sich Kottsieper ab 1971 ausschließlich auf den „rollenden“ Handel. Die Eierproduktion übernahmen persönlich bekannte regionale Höfe. Die Geburtsstunde der rollenden Märkte war gekommen. Dementsprechend gehören frische Eier auch heute noch in jedem HEIKO-Fahrzeug zur Basisversorgung, aber das Geschäftsmodell hat sich seither ständig neuen Herausforderungen angepasst.

Nach dem Tod des Gründers 1997 kaufte Schwiegersohn Dr. Reinhard Steinkamp mit seiner Frau Monika zum 1. Januar 1999 das Unternehmen von den Erben. Schon damals waren 37 Verkaufsfahrzeuge unterwegs.

Diese Zahl erhöhte sich sprunghaft, denn Steinkamps übernahmen bereits 2000 von der Milchunion Hocheifel den MUH-Frischedienst, der mit seinen Verkaufswagen die angeschlossenen Bauernhöfe mit Molkerei-Produkten und Brot versorgte. Das passte perfekt zum Fleisch-, Wurst-, Obst- und Eier-Sortiment des Neuendorfer Unternehmens.

Foto: HEIKO

Ein Wachstumsschub, der HEIKO weiter nach vorne brachte: Eifel, Hunsrück, Mosel, Saarland, das südliche NRW sowie Luxemburg und Ostbelgien werden inzwischen flächendeckend bedient. In den beiden Nachbarländern bestehen eigene Vertriebsorganisationen.

ERFOLGREICH IN DER EIFEL



## SEIT ZEHN JAHREN GIBT ES DIE PAUSENFLITZER, DIE UNTERNEHMEN UND SCHULEN MIT PAUSENSNACKS UND EINFACHEN WARMEN GERICHTEN VERSORGEN.

Vor zehn Jahren startete man mit den „Pausenflitzern“, die Unternehmen und Schulen anfahren, um dort die Nachfrage nach Snacks, belegten Brötchen und einfachen „Schüßlgerichten“ wie Suppen, Spaghetti oder Spätzle zu befriedigen, ein neues Geschäftsfeld. Rund 40 Anfahrpunkte bedient jeder Pausenflitzer pro Tour. Jüngster Erfolg dieser Idee: Die Kölner Ford-Werke haben einen Belieferungsvertrag mit dem Unternehmen aus der Eifel geschlossen. Inzwischen sind acht Pausenflitzer Tag für Tag im Einsatz.

Weitere Kunden zu gewinnen, soll zudem durch eine moderne Darstellung im Internet gelingen. Der geplante neue Web-Auftritt bietet über eine detaillierte Suchmaske die Möglichkeit, genau festzustellen, wann und wo die „Tante Emma“ auf Rädern anhält und ihre Tür öffnet. Auch eine HEIKO-App ist angedacht.

Da verwundert es nicht, wenn die Steinkamps sicher sind, dass ihr Konzept der rollenden Märkte auch in den kommenden Jahren wachsen wird. (hff) ■ [www.heiko.info](http://www.heiko.info)

297