

Feinkost digital vermarktet

19. Forum für Ideen der Wirtschaftsförderung der Region Göttingen bei der Antonio Viani GmbH

Von Bernard Marks

Göttingen. Am Mittwoch fand die 19. Netzwerkveranstaltung „Forum für Ideen“ der Wirtschaftsförderung Region Göttingen (WRG) in den Räumlichkeiten des Unternehmens Antonio Viani Importe in Göttingen statt.

Mit diesem Veranstaltungsformat wird den Teilnehmern des Innovationspreises seit 2003 regelmäßig eine Plattform zum Austausch und zur Knüpfung neuer Kontakte gegeben. Landrat Bernhard Reuter begrüßte die rund 60 Gäste aus Wissenschaft und Wirtschaft im gemütlich hergerichteten Außenbereich des Gastgebers Viani im Industriegebiet Grone. In seinem Grußwort stimmte Reuter die Unternehmer auf das Thema des Abends, das Online-Marketing, ein und brachte zum Ausdruck, dass sich kein Unternehmen gegen die Digitalisierung wehren könne. „Das Thema Online-Marketing bietet Chancen, sich mit zwei Herausforderungen – Digitalisierung und Kundenakquise – auseinanderzusetzen. Beides sind Themen, bei denen die Frage nicht lauten darf, ob wir uns ihnen stellen, sondern nur, wie wir uns ihnen stellen“, so Reuter.

Spezialisierung auf Feinkost

Stephan Aswald, Geschäftsführer Antonio Viani Importe führte anschließend durch die Räumlichkeiten. Rund 3000 Produkte führt der Lebensmittelgroßhändler, der sich speziell auf Feinkost-Produkte überwiegend aus Italien spezialisiert hat. Von Antipasti über Pasta bis hin zu gutem Wein: Bereits seit 16 Jahren hat die Viani GmbH ihren Hauptsitz an der August-Spindler-



Stephan Aswald, Geschäftsführer Antonio Viani Importe, führt durchs Hochregallager.

FOTTO: ARKS

Straße. Rund 12 000 Quadratmeter beträgt die Grundfläche des Lagers, welches Viani im Jahr 2011 gekauft hat. Ein Drittel wird noch von der Telekom belegt.

Kern des Viani-Domizils ist das Hochregallager mit rund 7000 Palettenplätzen. Die Abläufe sind dort voll automatisiert. „Das Lager wird zehn Mal pro Jahr umgeschlagen“, erklärt Aswald. Rund 3000 Kunden (Einzelhändler und Restaurants, al-

so B2B) in ganz Deutschland werden von Göttingen aus beliefert. „Wir haben hier noch Kapazität für weiteres Wachstum, denn wir nutzen erst 55 Prozent des Lagers“, erläutert Aswald. Rund 65 Mitarbeiter beschäftigt Viani in Göttingen, unter anderem auch im Ladenlokal in der Innenstadt.

Nach dem Blick hinter die Kulisse des Unternehmens stellte Petra Montag, verantwortlich für das On-

line-Marketing, die digitale Strategie vor und ging dabei auf die Unternehmensphilosophie ein. Durch eine persönliche Verbindung zwischen Produzent, Händlern und Kunden über die sozialen Netzwerke wie Facebook und Pinterest können ausgewählte italienische Spezialitäten nicht nur importiert, sondern weiterentwickelt werden, betonte Montag. Die sozialen Netzwerke helfen außerdem dabei, indirekt für Viani-

Produkte zu werben. Mit hausgemachten Focaccia, Antipasti und gekühltem Wein verwöhnten die Gastgeber die Teilnehmer der Veranstaltung auf der Rampe vor dem Viani-Lager. In geselliger Runde ließen sich alte und neue Geschäftskontakte pflegen. Später wurde noch ein Facebook-Eintrag von der Veranstaltung auf der Viani-Seite gepostet, den alle Teilnehmer später teilen und kommentieren konnten.