Pressemitteilung
zur sofortigen Veröffentlichung

Azubi-Filiale Conrad in Berlin

Hohe Akzeptanz und Respekt fördern Teamgeist

Hirschau/Berlin, 20.06.2013**Seit 01. Juni 2013 ist die Conrad Filiale in Berlin Steglitz ausschließlich mit Nachwuchskräften besetzt. Die Auszubildenden kommen aus den bundesweit 25 Conrad Filialen und haben bei diesem Projekt die Chance, eigenverantwortlich zu arbeiten. Vorbereitet wurden die Azubis in ihrer jeweiligen Heimatfiliale, dort haben sie alle Prozesse mit ihren Abläufen kennengelernt – vom Wareneingang über das Beratungsgespräch bis zum Umtausch. Das Projekt läuft bis Ende Juni – während der ersten beiden Wochen hatte das Azubi-Filialteam bereits interessante Erfahrungen gemacht.**

Christoph Obermeier aus Gebenbach in der Oberpfalz ist Dualer Student bei Conrad Electronic. Seit ersten Juni ist er als Filialleiter in Berlin Steglitz für 64 Kolleginnen und Kollegen verantwortlich – außer ihm sind alle Auszubildende zum Kaufmann bzw. Kauffrau im Einzelhandel. „Ich habe mich bereits im Vorfeld sehr über diese große Herausforderung gefreut. Für mich ist es eine riesen Chance, bei diesem Projekt wertvolle Berufs- und auch Lebenserfahrung sammeln zu können und natürlich bin ich mächtig stolz, Filialleiter sein zu dürfen!“

Neben dem normalen Tagesgeschäft hat es die Nachwuchstruppe auch mit kniffligen Fällen zu tun. Verkaufsberaterin Jennifer Hönninger aus Hamburg ist Auszubildende zur Kauffrau im Einzelhandel in der Conrad Filiale Hamburg Altona und auf den Bereich Haustechnik spezialisiert: „Natürlich gibt es Routinetätigkeiten wie Leerfachscanning, Vorbereiten der Aussteller-Geräte oder Prüfung der Abteilung auf Ordnung und Sauberkeit.

Den Großteil des Tages verbringen wir aber mit den Kunden: Verkaufsgespräche, intensive Kundenberatung und natürlich den ein oder anderen Warenumtausch. Da kommt es schon mal vor, dass ein Kunde eine komplizierte Produktlösung z. B. für seinen Gartenteich möchte. In solchen Fällen hole ich lieber einen Kollegen dazu, der sich hier Expertenwissen angeeignet hat. Das klappt erstaunlich gut, denn jeder von uns hat so sein Fachgebiet und da ist einfach Teamwork angesagt."

Die Kunden reagieren bisher sehr positiv auf die jungen Verkaufsberaterinnen und Verkaufsberater. Vor allem die jüngere Zielgruppe fühlt sich von den gleichaltrigen Kundenberatern bestens verstanden, hier ist die Akzeptanz enorm. „Ich glaube, viele Kunden realisieren erst mal gar nicht, dass wir „nur" Azubis sind. Was natürlich für uns spricht! Wenn es ihnen dann auffällt, sind sie erst mal überrascht und viele wollen mehr dazu wissen. Verantwortung, Eigeninitiative, Teamgeist - diese Fähigkeiten sollen bei den Nachwuchskräften während der vier Wochen gestärkt werden. Nur für „Notfälle" steht ein erfahrener Kollege in einer anderen Berliner Filiale zur Seite. „Ich kann mit der Verantwortung gut umgehen", sagt Jennifer Hönninger, „denn auch in meiner Heimatfiliale fühle ich mich als Azubi für eine gute Kundenberatung verantwortlich. Und sollte es hier ein größeres Problem geben, gibt es einen Verkaufsgruppenleiter, der uns hilft. Bisher bin ich allerdings positiv überrascht – wir arbeiten alle gleichberechtigt und versuchen immer gemeinsam, optimale Lösungen für den Kunden zu finden. Auch der Respekt untereinander wird gefördert. Jeder Einzelne hat seine Stärken und Schwächen, wir respektieren uns gegenseitig und halten zusammen!"

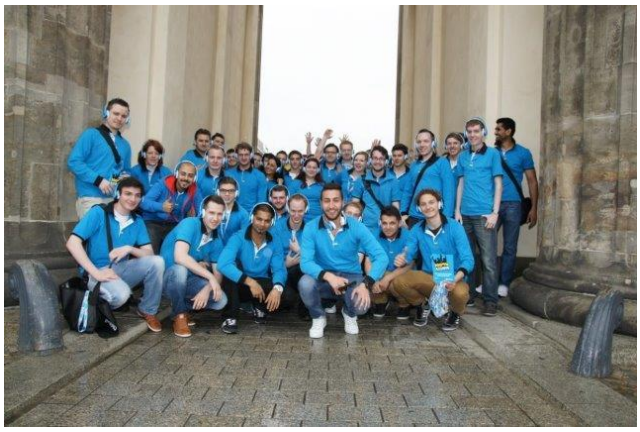

Bild 1: Einer für Alle, Alle für Einen: 64 Conrad-Azubis und ein dualer Student sind vier Wochen lang für die Berliner Conrad-Filiale in Steglitz verantwortlich.

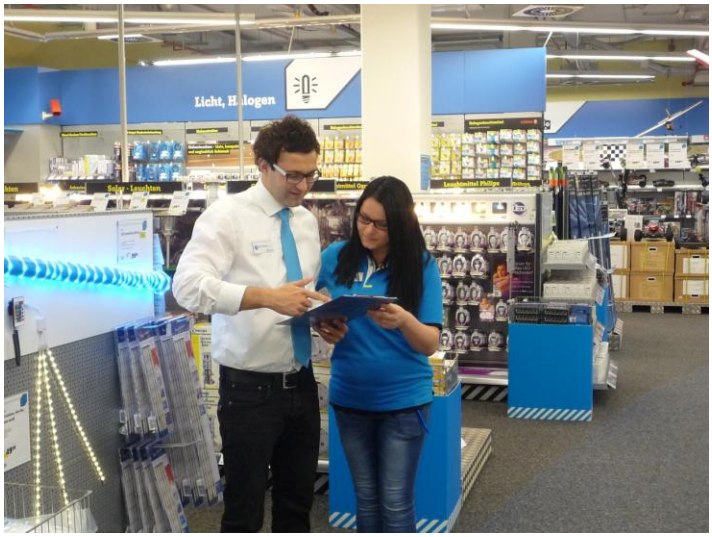

Bild 2: Morgenbesprechung: Filialleiter Christoph Obermeier und Verkaufsberaterin Jennifer Hönninger tauschen Informationen aus.

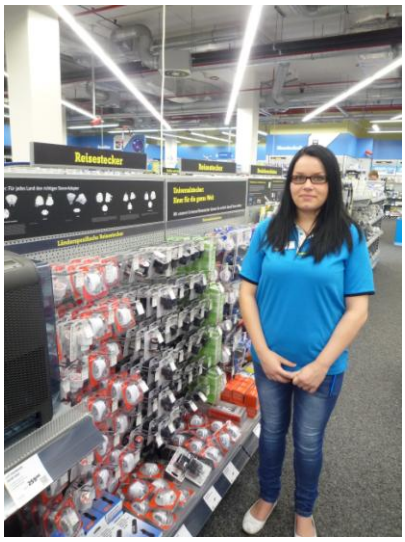

Bild3: Jennifer Hönninger kommt aus der Conrad Filiale Hamburg Altona und ist in der Azubi-Filiale Fachverkäuferin für Haustechnik.

Bild 4: Besonders junge Kunden sind begeistert von den Verkaufsberatern „auf Augenhöhe“. Die Azubis kennen die Produktvorlieben ihrer Altersklasse ganz genau.

Seit 1923 steht Conrad europaweit für Elektronik und Technik. Das Oberpfälzer Familienunternehmen ist mit rund 350.000 Artikeln, 13 Mio. Versandkunden und jährlich über 14 Millionen Besuchern in den Filialen einer der führenden Multichannel-Anbieter. Das ständig wachsende Sortiment umfasst von kleinsten Elektronikbauteilen, über Werkzeuge bis hin zu modernster Unterhaltungselektronik sowie Computer- und Kommunikationstechnik eine faszinierende und umfassende Auswahl an Produkten führender Hersteller und kompetenter Exklusivmarken. Alle Produkte und Services sind im Internet unter conrad.de, über Kataloge und in den Filialen erhältlich. Mit durchschnittlich 6 Millionen Visits im Monat gehört conrad.de seit Jahren zu den Top Ten der meistbesuchten Internet-Shops in Deutschland und wurde für seinen Online-Auftritt bereits mehrfach ausgezeichnet.
Für Business-Kunden ist das Unternehmen mit einem eigenen Online-Shop unter conrad.biz, 24-Stunden-Standard-Lieferung, Businesskatalogen sowie eProcurement-Lösungen und einem eigenen Außendienst ein starker und innovativer Partner, auf dessen Qualität und Service führende Unternehmen aus allen Branchen vertrauen.
Mit bester Beratung und individuellen Serviceleistungen werden die Kunden von über 1.000 kompetenten Fachverkäufern in den deutschlandweit 25 Filialen bedient.
Als international agierende Unternehmensgruppe ist Conrad mit eigenen Landesgesellschaften bzw. Vertriebspartnern in 17 Ländern Europas vertreten.

Pressekontakt:

dellian consulting GmbH
communcation + training
Margit Dellian
Hegelmaierstraße 24
74076 Heilbronn

Tel.: +49 (0)7131 77 28 50
Fax: +49 (0)7131 980 28 48
E-Mail: m.dellian@dellian-consulting.de
Internet: www.dellian-consulting.de

Informationen:

Conrad Electronic SE
Christina Bauroth
Klaus-Conrad-Straße 1
92240 Hirschau

Tel.: +49 (0)9622 30 46 27
Fax: +49 (0)9622 30 43 23
E-Mail: christina.bauroth@conrad.de
Internet: www.presse.conrad.de