



Mainz-Weisenau, wie es singt und lacht:

Das Team des Scheck-In Center holt den „EDEKA Supercup 2018“

- **Juroren imponiert Frischekompetenz und attraktives Erlebnisshopping-Konzept**
- **Qualifizierte Fachkräfte für Betreiberfamilie wichtiger Schlüssel zum Erfolg**
- **Gewinner-Markt präsentiert sich als Symbiose aus Feinkost- und Warenhaus**

Offenburg, 21. November 2018. Scheck-In Center Mainz-Weisenau, so heißt der Gewinner des „EDEKA Supercup 2018“ in der Kategorie „Selbstständiger Einzelhandel über 2.000 Quadratmeter“ Verkaufsfläche. „Ich bedanke mich bei allen Mitarbeitern vor Ort! Nur eine geschlossene Teamleistung macht so eine tolle Auszeichnung möglich“, ist Scheck-In-Geschäftsführerin Susanne Scheck-Reitz überzeugt. „Wir sind darauf sehr stolz und verstehen diese Ehrung als zusätzlichen Ansporn, Sortiment und Kundenservice stetig zu optimieren.“ Im Oktober 2016 öffnete der Gewinner-Markt in der Weberstraße seine Türen für die Kundschaft. Heute zählt er zu den Kundenmagneten im Südosten der Stadt. Beim von der Unternehmerfamilie Scheck geführten Standort imponierte der EDEKA-Fachjury vor allem die „hervorragende Frischekompetenz“ und das attraktive Erlebnisshopping-Konzept, „das diesen Namen verdient“. Das „bestens geschulte und aufgeschlossene“ Team um Marktleiter Tilo Lehmann kombiniert in Mainz-Weisenau gekonnt „vielfältige Lebensmittel-Genusswelten“ mit einer riesigen Auswahl an Haushaltswaren, Deko-Artikeln, Textilien und weiteren Dingen des täglichen Bedarfs.

Im Rahmen eines bundesweit ausgetragenen Wettbewerbs wird der renommierte „EDEKA Supercup“ einmal im Jahr beim Finale in Hamburg verliehen. Zuvor hatte sich das Scheck-In Center in Mainz-Weisenau bereits auf regionaler Ebene gegen vergleichbare Standorte durchgesetzt.

Qualifiziertes Team garantiert besten Service

Das Familienunternehmen Scheck betreibt zwischen seinem Stammsitz in Achern sowie Karlsruhe, Heidelberg und Frankfurt am Main insgesamt 14, zumeist großflächige Märkte. „Unsere Kunden stehen immer und überall im Mittelpunkt unseres Denken und Handelns. Ihr Vertrauen ist unsere wichtigste Auszeichnung“, sagt Susanne Scheck-Reitz. Auch den vergleichsweise jungen Standort in Mainz-Weisenau prägt diese konsequente



Kundenorientierung: Beste Qualität und Frische der Lebensmittel, vielfältige regionale Sortimente sowie das gut ausgebildete und kontinuierlich geschulte Team vor Ort stellen die zentralen Aspekte im Gesamtkonzept dar. „Super Sortimente und super Service verlangen super Personal“, bringt es die Scheck-In Chefin prägnant auf den Punkt. „Mit der gezielten Aus- und Weiterbildung unserer Fachkräfte stellen wir dauerhaft kompetente Beratungsleistungen sicher.“

Gelungene Symbiose aus Feinkost- und Warenhaus

Auf den insgesamt 6.500 Quadratmetern Verkaufsfläche im Scheck-In Center Mainz-Weisenau finden die Kunden alles, was das Kunden-Herz begehrt: Angefangen von in „gläserner Produktion“ selbstgebackenen Brot- und Backwaren über eine Obst- und Gemüseabteilung mit Marktplatzcharakter und knapp 60 Meter Service-Theke für Fleisch und Wurst, Käse, Feinkost und frischen Fisch bis hin zur hauseigenen Sushi-Manufaktur und dem Gastro-Marktplatz mit Tagesgerichten à la carte. Im Untergeschoss erwartet die Kundschaft zudem ein großzügig gestalteter Getränkemarkt, der barrierefrei zu erreichen ist. „Wir verstehen uns als Symbiose eines überdimensionierten Feinkosthauses und eines Nonfood-Warenhauses mit Fachhandelqualität“, beschreibt Susanne Scheck-Reitz ihr Gewinner-Konzept. Und so bietet der in der Mitte des Scheck-In Center gelegene Nonfood-Bereich den Besuchern noch sechs verschiedene Themenshops. Hier gibt es Haushalts- und Deko-Artikel, Spielwaren und Textilien sowie ein Multimedia-Sortiment und Schreibwaren. Insgesamt 75.000 Lebensmittel- und Nonfood-Artikel hält das Scheck-In Center jeden Tag bereit.

„EDEKA Supercup“ – Märkte auf Herz und Nieren geprüft

Einmal jährlich kürt der EDEKA-Verbund seine Besten auf Bundesebene in vier Kategorien. Eine Jury aus Marketing- und Vertriebsexperten des EDEKA-Verbands überprüft dabei die teilnehmenden Märkte in verschiedenen Bewertungsfeldern: zwei anonyme Testkäufe, Marktbegehungen durch das Experten-Team (inklusive Bewertung) sowie Analysen der unternehmerischen Leistung. Etwa 100 Einzelkriterien fließen in das Juryurteil ein.