



60 JAHRE DANKE FÜR IHRE TREUE!

FEIERN SIE MIT UNS TRABOLDS 60-JÄHRIGES FIRMENJUBILÄUM!

MARKT DER
GENERATIONEN

Horst, Marco und
Julian Trabold im Interview

FUNDAMENT
UNSERES ERFOLGS

Langjährige MitarbeiterInnen
im Porträt

TRADITION, INNOVATION,
WERTEBEWUSSTSEIN

Unser Selbstverständnis von
Regionalität und Nachhaltigkeit

GEWACHSENE MARKTFAMILIE IN IHRER MAINFRÄNKISCHEN REGION!



ZELLINGEN

Seit 1996 in Zellingen und ab 2005 in der Würzburger Straße 100. Im Jahre 2021 für Sie modernisiert: mit ca. 1650 m² Verkaufsfläche ist der Frischemarkt Trabold in dieser Region seit jeher fester Bestandteil der Nahversorgung. Hier hat auch die Unternehmensverwaltung ihren Sitz.

WÜRZBURG-SANDERAU

Auf 2800 m² erwartet Sie Würzburgs größte Frischevielfalt und ein Einkaufserlebnis der neusten Generation. 2008 erbaut und 2020 komplett modernisiert: Unser Markt in der Randersacker Straße 53 bietet das komplette Genussspektrum.



GEMÜNDEN

1999 eröffnet, 2015 nach Umzug und Neubau von Grund auf modernisiert: unser Frischemarkt an der Weißensteinstraße 2-4 in Gemünden, der mit ca. 2500 m² Fläche keine Genießerträume offenlässt.

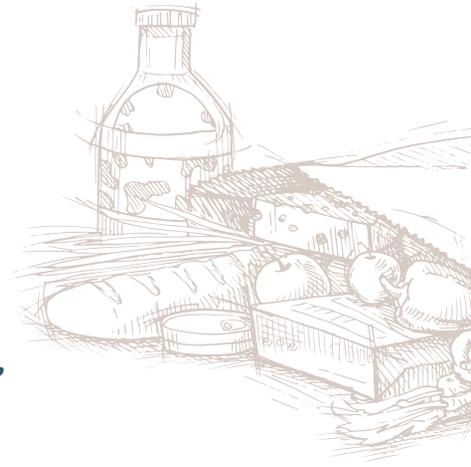
EISINGEN

Klein, aber fein: Auf ca. 690 m² bietet unser Frischemarkt an der Georg-August-Christ-Straße 19 in Eisingen alles, was das Herz begehrt.



WÜRZBURG-HEUCHELHOF

Seit 1999 in der Trabold-Familie, sorgt der Markt am Place de Caen 4 nach Umfirmierung in „nah & gut“ und Umstellung auf ein zeitgemäßes Vertriebskonzept auf 1100 m² für eine zuverlässige Nahversorgung.



LIEBE LESERINNEN, LIEBE LESER, LIEBE FREUNDE DER FRISCHEMÄRKTE TRABOLD,

... wie die Zeit vergeht. Aus der „Trabold’schen Urzelle“ in Zell heraus, so habe ich das einmal selbst genannt, ist sechzig Jahre später ein ganzes Netz von Frischemärkten in der mainfränkischen Region geworden. Was damals in Zeiten des Wirtschaftswunders begann, ist heute unser ganz persönliches Wunder, auf das wir als Familie natürlich stolz sind, auf das wir gleichzeitig aber auch mit tiefer Dankbarkeit schauen. Denn ohne das große Vertrauen unserer Kund:innen und ohne die schier unendliche Tatkraft und das stets große Engagement unserer großartigen Mitarbeiter:innen stünden wir heute als Familienunternehmen nicht dort, wo wir stehen. Dafür möchte ich mich, auch im Namen meiner Familie, von ganzem Herzen bedanken.

Nicht umsonst betrachte ich heute jede einzelne Filiale unseres Unternehmens als „Markt der Generationen“. Denn jeder Standort wird getragen vom Know-how von Menschen, deren Erfahrung und Expertise sich über mehrere Generationen erstreckt. Das gilt für viele Ebenen des Unternehmens: für die geschäftsführende ebenso wie für die unterschiedlichen Bereiche, in denen un-

sere Mitarbeiter:innen Tag für Tag ihr Bestes geben. Hier fügen sich Tradition und Innovation zu einem Erfolgsrezept, das die wesentliche Grundlage für die Beständigkeit der Frischemärkte Trabold darstellt. Respekt und ein stets offenes Ohr für die Wünsche unserer Kund:innen und die Belange unserer Mitarbeiter:innen, gepaart mit einem Verständnis für Lokalität und Regionalität sind das eine. Ein Gespür für (soziale) Nachhaltigkeit sowie das eigenverantwortliche Handeln eines jeden Einzelnen in unserer großen Marktfamilie das andere. All diese Faktoren sind der Garant unserer Erfolgsstory. Und dies seit nunmehr 60 Jahren.

In den nächsten Wochen und Monaten haben wir anlässlich unseres Jubiläums einige Aktionen geplant, bei denen wir gemeinsam mit Ihnen die letzten 60 Jahre feiern möchten. Ich hoffe, Sie bei den Festlichkeiten begrüßen zu dürfen. Und natürlich, dass Sie sich auch die nächsten 60 Jahre bei uns rundum wohlfühlen werden.

Herzlichst,
Ihr Marco Trabold

Inhaltsverzeichnis



„Stillstand ist Rückschritt!“ – Interview mit drei Generationen der Trabold-Familie	4
Die Frischemärkte im Wandel der Zeit – Unternehmenshistorie	8
Philosophie und Werte – dafür stehen wir ein!	10
Die Menschen im Unternehmen – Gesichter und Stimmen	12
Regionalität ist auch soziale Nachhaltigkeit – unsere Partner!	20



Drei Generationen Familie Trabold: von 1962 bis in die Gegenwart im wahrsten Sinne des Wortes ein „Markt der Generationen“.

*„Wir sind ein Markt für die Menschen,
ein Markt der Generationen!“*

INTERVIEW MIT HORST, MARCO UND JULIAN TRABOLD

Horst Trabold, Sie haben bereits so viele Jubiläen gefeiert und wahrscheinlich auch schon unzählige Male die Geschichte „Ihres Unternehmens“ erzählt. Nun steht das 60. Jubiläum vor der Tür, ein weiterer Meilenstein. Von daher natürlich die Frage: Was bedeutet dieses weitere, in seiner Form jedoch einzigartige Jubiläum für Sie ganz persönlich?

Horst Trabold: Wenn ich auf die vergangenen 60 Jahre zurückblicke und an das Jahr 1962 denke, komme ich nicht umhin, festzustellen, dass meine Frau und ich damals ein gewisses Risiko eingegangen sind. Ein Risiko deswegen,

weil wir damals de facto kein Geld hatten. Wir haben alles finanziert und dann natürlich versucht, peu à peu zurückzuzahlen. Das Risiko ist aufgegangen, nicht zuletzt, weil ich das Glück habe, eine fleißige Frau an meiner Seite zu wissen. Dieses Anfangswagnis mit dem heutigen Erfolg in dritter Generation abzugleichen, erfüllt mich mit Stolz und macht mich glücklich. Dieses Jubiläum bedeutet für mich ein großes Glück.

Welches waren damals, Ende 1962, diejenigen Dinge, die ein moderner Lebensmittelmarkt den Kunden bieten musste? Gab es einen Trend?

Horst Trabold: Das Leben war damals natürlich ein anderes. Im Gegensatz zu heute hatten wir lediglich ein ziemlich begrenztes Sortiment im Angebot; im Kern nur die Grundnahrungsmittel. Vieles wurde direkt aus Säcken abgefüllt. Zucker beispielsweise in die Spitztüte. Wobei es Teil der Ausbildung war, diese Spitztüte so vernünftig zu falten, dass nichts herausfiel, wenn man sie herumdrehte. War das nicht der Fall, hat man vom Ausbilder auch schon einmal einen hinter die Ohren bekommen. So war das damals. Als Trend, daran erinnere ich mich gut, kann das Aufkommen der Selbstbedienung angesehen wer-

den. Aus Amerika kam seinerzeit die Idee der Einkaufskörbe und -wagen nach Deutschland. Und so haben auch wir in unserem kleinen Zeller Laden mit der Selbstbedienung begonnen. Und auch die Industrie begann damals damit, immer mehr verpackte Ware anzubieten. Das war für uns eine große Erleichterung.

Gab es einen wesentlichen Unterscheid zum heutigen Handel mit Lebensmitteln?

Horst Trabold: Die heute gängigen Frischeartikel wurden uns damals so nicht angedient. Somit ging der Weg morgens um halb vier in der Früh von Zell aus nach Würzburg

auf den Grünen Markt. Da waren die Obsthändler gestanden und haben ihre frischen Waren angeboten. Jeder hat dann seinen Wagen beladen und die Ware selbst ins eigene Geschäft gefahren. So ist das damals losgegangen.

Welche Ziele und Visionen haben Sie während dieser Anfangszeit bereits begleitet?

Horst Trabold: Mein unverrückbares Ziel war es immer, größer zu werden. Wenn wir einen Laden gehabt haben, musste ein zweiter dazukommen. Und dieser musste auf jeden Fall größer sein. Hatten wir einen größeren Markt, haben wir den kleineren geschlossen. Und anschließend wieder nach einem größeren gesucht. Das führte dazu, dass wir zeitweise sechs, sieben Läden betrieben haben. So ist die Firma Trabold von Beginn an stetig gewachsen.

Horst Trabold: Natürlich bin ich stolz. Das war ja auch mein Ziel. Sonst hätte ich das alles ja gar nicht gemacht (schmunzelnd). Als mein Sohn Marco damals in die Lehre ging, war ich heilfroh, dass er den Beruf ergriffen hat, von dem ich sehr gerne gewollt habe, dass er ihn ergreift. Auch meine Frau hat damals kräftig in diese Richtung gesteuert und zum Glück ist es uns gelungen, aus ihm einen guten, tüchtigen und vor allem erfolgreichen Kaufmann zu machen (alle lachen), der heute selbstverständlich in ganz anderen Dimensionen zu arbeiten hat als wir damals. Und Gott sei Dank ist auch mein Enkel Julian in unsere Fußstapfen getreten, quasi die dritte Generation. Eine Generation, die mit IT aufwächst, also genau dem, was wir jetzt brauchen und ohne die heute niemand ernsthaft bestehen



Vor sechzig Jahren legten Helene (81) und Horst Trabold (82) den Grundstein für das Unternehmen.



Horst Trabold: „Stillstand ist Rückschritt. Mein unverrückbares Ziel war es immer, größer zu werden.“

Nachdem Sie sich bereits im wohlverdienten Ruhestand befinden, sitzen Sie heute hier mit Ihrem Sohn als Inhaber und Ihrem Enkel zusammen. Beide tragen maßgeblich zum Erfolg der Trabold-Frischemärkte bei. Ausgehend von Ihrem anfänglich beschriebenen Risiko, der stetigen Expansion bis zum heutigen Status quo: Erfüllt Sie das alles mit Stolz? Wissen Sie „Ihr Unternehmen“ in guten Händen?

könnte. Wobei wir schon immer sehr darauf geachtet haben, technische Entwicklungen nicht zu verschlafen. In gewisser Weise waren wir schon immer führend im Würzburger Raum, wenn es um die Weiterentwicklung technischer Dinge ging. Es geht immer auch darum, dem Kunden zu zeigen, dass wir am Puls der Zeit sind: bezogen auf die Ware natürlich, aber auch in puncto Service und Einkaufserlebnis.

Dies ist eine gute Gelegenheit, das Gespräch an dieser Stelle einmal zu öffnen. Sie selbst betrachten Ihre Märkte als „Märkte der Generationen“. Deshalb die sicherlich nicht uninteressante Frage an die „nachfolgende Generation“, Herr Marco Trabold: Wie haben die unternehmerischen Einflüsse Ihrer Eltern Ihr eigenes Unternehmertum geprägt?

Marco Trabold: Ein bedeutsamer Satz meines Vaters ist immer gewesen: „Stillstand ist Rückschritt!“ Mein Vater war damals einer der Ersten gewesen, der auf das vom Großhandel angebotene Warenwirtschaftssystem umgestellt hat. In der Folge führten wir Computerkassen ein. Oder beispielsweise Computerwagen in der Metzgerei. Kurzum: Der Pioniergeist meines Vaters ist auch für mein eigenes Tun sehr prägend gewesen und ist es immer noch. Das herausragende, prägende Moment ist sicherlich aber die Tatsache, dass mein Vater damals, obwohl er einen ganz anderen Beruf erlernt hatte, ebenfalls in die kaufmännischen Fußstapfen seines Vaters Josef getreten ist, der bereits unmittelbar vor dem Zweiten Weltkrieg 1939 als EDEKA-Kaufmann tätig war. Hätte mein Vater das Geschäft seines Vaters übernommen, würden wir heute bereits unser 83-jähriges Jubiläum feiern. Von Haus aus war mein Vater Elektriker, der bei Siemens in Würzburg sein Geld verdiente. Die Begeisterung für den Handel schließlich hat dazu geführt, dass er irgendwann quasi aus einer Garage heraus nebenbei einen Getränkehandel aufgemacht und

nach Feierabend Getränkeboxen ausgefahren hat. Dies alles mündete schließlich im Entschluss, im Jahre 1962 gemeinsam mit meiner Mutter den Grundstein für das heutige Unternehmen der Familie Trabold zu legen.

Julian Trabold: Der Anspruch, einfach weiter zu kommen und besser zu sein als der Rest, ist sicherlich für meinen Großvater der Antrieb gewesen, in die Selbstständigkeit zu gehen.

Marco Trabold: Ganz genau. Dieses Bestreben meines Vaters ist mir gewissermaßen in die Wiege gelegt worden und ich lebe das auch weiter. Das Prinzip, immer einen Schritt voraus zu sein, ist wesentlicher Teil meines Selbstverständnisses, dieses Unternehmens zu führen. Hier zeigt sich also ziemlich deutlich der, wenn Sie so wollen, prägende Einfluss der vorherigen Generation.

Sie sind seit 2005 als alleiniger Inhaber maßgeblich verantwortlich für die Geschicke des Unternehmens. Inwiefern sind Sie den anderen regelmäßig einen Schritt voraus?

Marco Trabold: Ich verstehe mich, zusammen mit meinem Team, als Vordenker, als Vorreiter, um stetig die Sortimentsentwicklung voranzutreiben. Wie gesagt: Stillstand ist Rückschritt. Im System besteht eine ständige Dynamik und eine Weiterentwicklung, die nicht verschlafen werden darf. Es geht darum, Innovationen im Markt zu schaffen und Entwicklungen nicht hinterherzulaufen.

Unserem Selbstverständnis nach sind wir die Trendsetter. Im Wesentlichen zeigt sich dies sicherlich auf unserer großen Fläche in Würzburg-Sanderau, für deren Entwicklung ab 2008 maßgeblich ich die Verantwortung getragen habe. Ich bin mit viel offenen Ohren durch ganz Europa gefahren, habe mir Dinge an- und abgeschaut, um sie nach meinen Vorstellungen in unseren eigenen Märkten zu etablieren.

Anspruch, einen Markt für Kunden jeden Alters zu schaffen. Mein besonderes Augenmerk galt damals bereits der immer älter werdenden Bevölkerung und deren im Alter sich einstellenden Problemchen. Hier galt es, einen Supermarkt zu bieten, der diese Probleme versucht zu mildern. Vielen fällt es im Alter schwer, sich zu strecken, zu bücken oder die Sehkraft lässt nach. Und das oftmals, ohne dass es die Betroffenen

zung her. Zuerst als Personalverantwortlicher, mittlerweile meine rechte Hand und Prokurist, ist dafür Herr Schreier, ein Mann mit hervorragenden Kompetenzen im Bereich Personal- und Weiterentwicklung, verantwortlich. Neben allem, was wir tun, stehen unsere Mitarbeiter:innen im Fokus unseres Handelns. Der Anspruch aller unserer Führungskräfte ist es, die Dynamik der jungen Menschen im Team mit der Expertise der „alten Hasen“ gewinnbringend zu verknüpfen. Mitunter arbeiten hier Menschen seit 43 Jahren im Unternehmen. Viele weitaus länger als 10, 15, oder gar 25 Jahre. Jemanden aus Überzeugung an ein Unternehmen zu binden, gelingt niemals über Druck. Dahinter muss eine Loyalität und eine Zufriedenheit als Antrieb stecken, die dann erreicht wird, wenn Menschen gehört und geschätzt werden und eigenverantwortlich Dinge vorantreiben können. Ein Markt für die Menschen zu sein, bedeutet also immer auch, ein Ort zu sein, an dem sich Personen unterschiedlichster Prägung entwickeln können. Wenn uns dies bis zum heutigen Tage gelungen ist, und natürlich auch weiter in die Zukunft hinaus, dann würde ich das als gemeinsamen Etappensieg von ungeheuer wichtiger Tragweite betrachten.

sammelt und war fünf Jahre in der „EDEKA-Welt“ unterwegs: angefangen als Verkäufer, bis hin zum Handelsfachwirt. Und als der Entschluss feststand, ins Familienunternehmen zurückzukehren, hatte ich schon Fragen im Kopf. Hast du alles auf dem Kasten, was benötigt wird? Kann ich die Erwartungen erfüllen? Auf der anderen Seite bin ich nicht in ein Unternehmen gekommen, das komplett neu aufgebaut werden muss. Ich genieße das Privileg von Strukturen, die mein Großvater und Vater in dieser Form so nicht vorfinden konnten. Sei es das Potenzial in Person von Herrn Schreier, sei es die Expertise unserer Marktleitungen, auf die ich zurückgreifen kann. Ich finde hier genügend Rückendeckung vor, die mich darin bestärkt, mich selbst verwirklichen zu können. Und das ist ja das Ziel...

Was meinen Sie damit konkret?

Julian Trabold: Eben nicht „nur“ in die Fußstapfen meines Großvaters und Vaters zu treten, sondern selbstständig Impulse und Entwicklungen voranzutreiben, aus Fehlern zu lernen, um das Credo unseres Unternehmens nicht zu konterkarieren: Stillstand wäre ein Rückschritt. Es gibt genügend Baustellen, die zu bearbeiten sind, in die ich als „jüngste Generation“ frischen Wind einbringen kann. Und da habe ich das große Glück, hier Menschen um mich zu haben, die sich meinen Ideen nicht verweigern.

Welches ist Ihr vornehmliches Projekt im Augenblick?

Julian Trabold: Gerade geht es wieder einmal um eine IT-Umstellung. Katalysiert durch die Corona-Pandemie sind hier Bedarfe zu Tage getreten, die für die Zukunft angepasst und optimiert werden müssen. Gerade in einem Umfeld, in dem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich eben nicht ins Homeoffice zurückziehen können, sondern auf der Fläche präsent sein und miteinander kommunizieren müssen, um Entscheidungen zu treffen, ist es wichtig, Lösungen zu entwickeln, die den realen Anforderungen unserer Arbeitswelt gerecht werden.



Inhaber Marco Trabold (57): „Ein Markt für die Menschen zu sein, bedeutet immer auch, ein Ort zu sein, an dem sich Personen unterschiedlichster Prägung entwickeln können.“

Welchen Schritt würden Sie als Ihren persönlich wichtigsten Etappensieg bezeichnen?

Marco Trabold: Als Erstes die Geburt meiner beiden Söhne Julian und Daniel. Julian ist ja bereits im Geschäft, Daniel (24 J.) ist gerade noch mit dem letzten Semester seines Masterstudienganges beschäftigt. Daniel ist zwar auch ein Genießer, jedoch wird es ihn wohl nicht in den Bereich der Genüsse, sondern wohl mehr in den Bereich der Mode und deren Entwicklung und Vermarktung verschlagen. Wobei Mode ja auch ein Genuss sein kann (lacht). Danach kommt aber ganz eindeutig unser 2008 eröffnetes Frischecenter in Würzburg an der Randersackerstraße mit unserem Konzept „Markt der Generationen“. Wie der Name schon sagt, hat das Konzept den

selbst bemerken. Unter anderem finden Sie deshalb bei uns niedrige Regale, breitere Gänge und Parkplätze als üblich, gut lesbare Hinweisschilder und gut geschulte freundliche Mitarbeiter:innen, die einfach weiterhelfen, falls es mal zu Problemen kommt. Aber auch kleinere Abpackungen sind deshalb vermehrt bei uns zu finden. Gerade unsere älteren Kunden oder Singles sind dafür sehr dankbar. Das alles konnte ich damals nicht alleine bewältigen, denn durch diesen Markt hat sich unsere Mitarbeiteranzahl fast verdoppelt. Mein Credo: Wer gute und hochwertige Lebensmittel verkaufen will, braucht hervorragendes und gut ausgebildetes Personal. Hilfe in Form eines „Menschenverstehers“ und Fachmannes musste zur Unterstüt-

Julian Trabold, Sie sind jetzt seit zwei Jahren mit im „unternehmerischen Boot“ dabei. Haben Sie schon einmal schlaflose Nächte gehabt vor dem Hintergrund dessen, was Ihr Großvater und Vater geschaffen haben und in deren Fußstapfen Sie nun wiederum treten? Welche Erwartungen weckt das an Sie selbst?

Julian Trabold: Natürlich hat man da schon einmal schlaflose Nächte gehabt. Vor allem in der Zeit, bevor ich ins Unternehmen zurückgekehrt bin. Mein Vater ist ja quasi „zwischen den Regalen aufgewachsen“, das war bei mir nicht so. Meine Eltern haben mich immer in der Entscheidung unterstützt, zunächst selbst zu schauen, was ich möchte, ohne mich in eine Rolle zu zwingen. So habe ich meine eigenen Erfahrungen ge-

Marco Trabold: Das möchte ich gerne unterstreichen, dass eine seiner ersten Aufgaben im Unternehmen sein wird, die Digitalisierung voranzutreiben. Etwas zugespitzt und sicherlich auch mit einem Augenzwinkern musste ich mir von meinem Sohn sagen lassen, dass wir zwar vieles richtig machen, aber gerade, was die Digitalisierung angeht, gefühlt noch auf der Schiefertafel schreiben. Hier muss er nun schauen, dass er unsere Firma voranbringt.

Ähnlich wie das Schlagwort „Digitalisierung“ ist der Begriff der „Nachhaltigkeit“ mittlerweile in aller Munde. Erleben Sie gerade eine, wenn Sie so möchten, Renaissance der Nachhaltigkeit bzw. welche Rolle spielt nachhaltiges Handeln, das sicherlich auch mit Aspekten regionaler Partnerschaften einhergeht, in Ihrem täglichen Tun?

Horst Trabold: Regionale Ware ist etwas, das der Kunde im Grunde schon immer gesucht hat. Und es zeigt sich ein heterogenes Bild: Während auf der einen Seite erwartet wird, dass auch im Winter bestimmte Gemüse- und Obstsorten verfügbar sind, kristallisieren sich immer deutlicher Bestrebungen heraus, die so etwas völlig ablehnen. Immer mehr Menschen sagen zu Recht, dass so etwas heute nicht mehr zeitgemäß ist mit Blick auf den Energie- und Ressourcenverbrauch. Hier muss sicherlich ein besonnener Mittelweg gefunden werden, der allen Ansprüchen gerecht wird.

Marco Trabold: Das Phänomen der Nachhaltigkeit und Regionalität muss ganz bestimmt auch immer vor dem Hintergrund des gerade gültigen Zeitgeistes gesehen werden. Als du 1962 begonnen hast, gerade auch noch vor dem Hintergrund der Nachkriegsjahre, war regionaler Konsum, der zwangsläufig auch nachhaltiger war, in der Regel an der Tagesordnung. Später dann, als der Italienurlaub in Mode kam, war es schick, zu Hause eine Tiefkühlpizza zu essen. Denn die Spezialitäten aus dem Urlaub waren auch

zu Hause gern gesehen, die wollte man dann dort auch genießen. So waren viele ausländische Artikel erst einmal interessanter als das, was von daheim bekannt war. Das hat sich mittlerweile geändert. Regionalität und Nachhaltigkeit ergeben heutzutage in vielerlei Hinsicht wieder mehr Sinn – Mit Blick auf die Schonung von Ressourcen, Stichwort: kurze Lieferwege, genauso wie unter wirtschaftlichen Aspekten. Hier geht es ganz klar um regionale Netzwerke, Partnerschaften und Stärkung heimischer Wirtschaftszweige. Wir schreiben uns deshalb ganz klar auf die Fahne: Wir sind aus der Region, wir kennen die Menschen aus der Region und übernehmen hier auch Verantwortung.

Julian Trabold: Ich schließe mich der These an, dass das Thema Nachhaltigkeit nie richtig aus den Augen verloren wurde und heute wichtiger denn je ist. Mein Großvater hat mit regionalen Partnern gehandelt und wir tun das heute auch. Ein entscheidender Punkt ist, dass sich nicht nur der Lebensmittel Einzelhandel in den letzten Jahrzehnten weiterentwickelt hat; unsere Partner hier aus der Region haben das ja auch getan. Gerade vor dem Hintergrund digitaler Vernetztheit muss im Detail beobachtet werden, welcher kleine Hof oder private Anbieter regionaler Spitzenprodukte in diese komplexe Infrastruktur gewinnbringend integriert werden kann. Wir begegnen dabei allen regionalen Partnern auf Augenhöhe. In einem funktionierenden Netzwerk voneinander zu profitieren, zum Wohle der Region, das ist ganz bestimmt ein Ziel aller daran Beteiligten.

In diesem Zusammenhang spielt auch soziales Engagement eine Rolle. Verstehen Sie sich in diesem Zusammenhang mehr denn je auch als „regionale Größe“ jenseits des Lebensmittelverkaufs?

Marco Trabold: Im Gegensatz zur damaligen Zeit, als meine Eltern angefangen haben, stehen uns heute natürlich mehr finanzielle Mittel zur Verfügung, um soziale



Junior-Chef Julian Trabold (27): „Ich finde hier genügend Rücken- deckung vor, die mich darin bestärkt, mich selbst verwirklichen zu können. Und das ist ja das Ziel.“

Projekte oder Institutionen zu unterstützen. Da stellen wir uns heute aus Überzeugung und guten Grund breit auf und tun schon einiges.

Julian Trabold: Ganz sicher auch aus dem Selbstverständnis heraus, Mitglied einer Gemeinschaft zu sein. Sei es in der Stadt oder auch in der ländlichen Region. Unsere Märkte sind mehr denn je ein Treffpunkt für Menschen und ein Ort, an dem Dialog stattfindet. Und natürlich arbeiten wir mit den Tafeln zusammen und unterstützen den lokalen Sport bzw. hiesige Vereine nach Kräften. Soziale Projekte, die auch von der EDEKA selbst gefördert werden, Kindertagesstätten stehen da genauso auf der Agenda wie Unterstützungsprogramme, die wir während der Lockdownphasen gestartet haben, um die lokale Wirtschaftsgemeinde zu stützen.

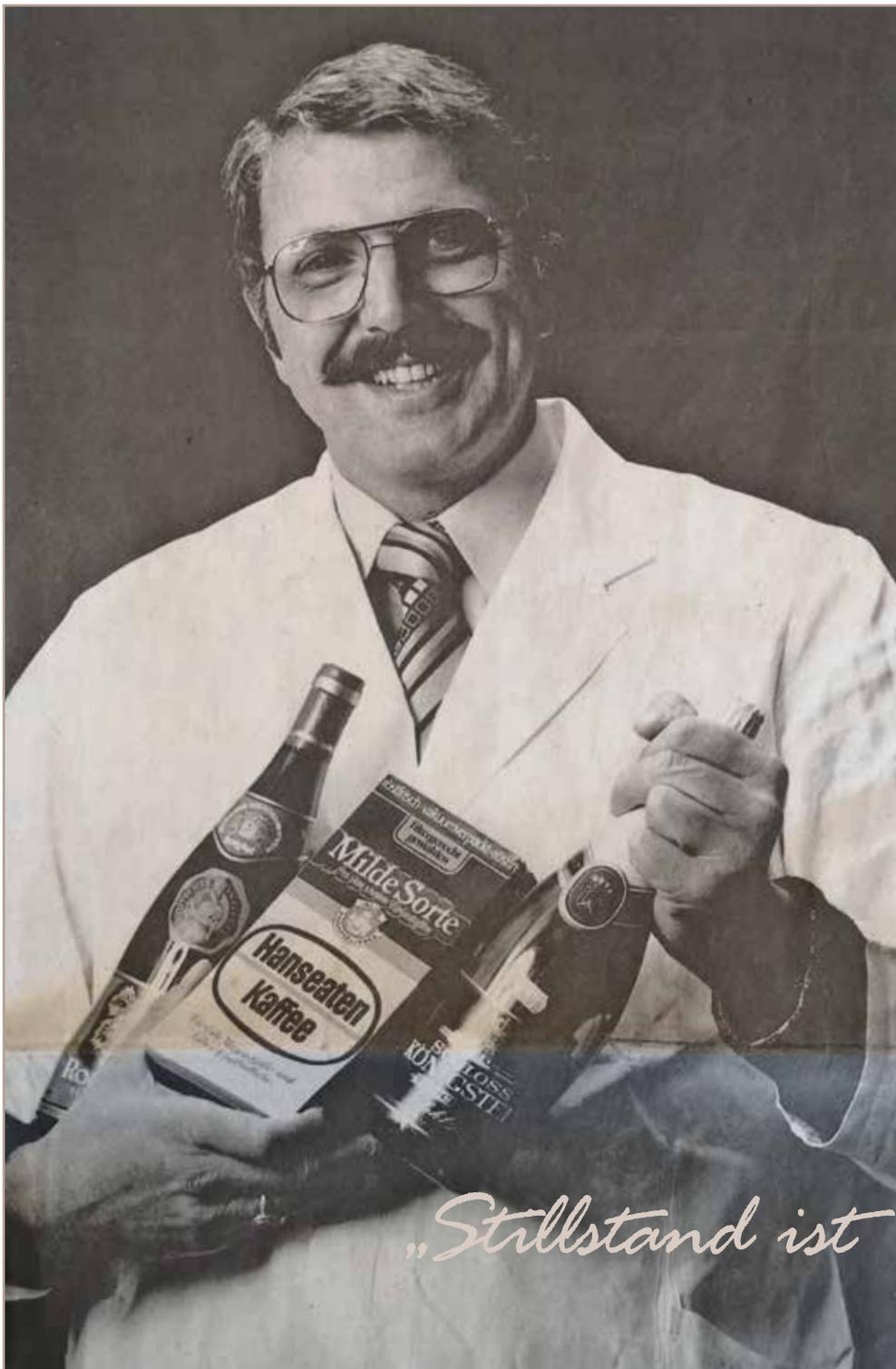
Ein Jubiläum lädt immer dazu ein, einen Blick auf die Vergangenheit zu werfen. Eröffnet aber auch die Möglichkeit, in die Zukunft zu schauen. Herr Trabold, mit Ihrem Vater Horst als Firmengründer haben wir das Interview begonnen. Und Ihnen als Inhaber und Chef gebührt der Blick in die Zukunft und die Ehre der Beantwortung der letzten Frage. Was wünschen Sie sich für die Zukunft?

Marco Trabold: Meine Eltern haben 1962 mit 50 Quadratmetern Verkaufsfläche und einer Angestellten, mit viel Mut, Fleiß, persönlicher, aufopfernder Hingabe und dem Fitzelchen Glück des Tüchtigen den Grundstein für ein heute sehr erfolgreiches Unternehmen gelegt. Mir oblag die Herausforderung, die Frischmärkte Trabold weiterzuentwickeln und für mittlerweile rund 270 Mitarbeiter:innen ein vorausschauender, aber auch kollegialer und sozialer Arbeitgeber zu sein, der auch Verantwortung in der Region übernimmt. Gerade mit Blick auf die aktuellen Unwägbarkeiten, die diese Zeiten mit sich bringen, wünsche ich mir Gesundheit und Frieden für alle, meinem Sohn und mir zufriedene Mitarbeiter:innen und Kunden und dass das, was meine Eltern einmal aufgebaut haben, von mir weiterentwickelt wurde, auch mit meinem tüchtigen Sohn Fortbestand hat und weiter wachsen wird. Und dass allen Veränderungen und Entwicklungen zum Trotz, das, was uns als Familienbetrieb ausmacht, das wertschätzende und menschliche Miteinander, nicht verloren geht.

Familie Trabold, ich danke Ihnen für dieses Gespräch und wünsche Ihnen und Ihrem Lebenswerk auch künftig nur das Beste.

*In 60 Jahren fest mit unserer Heimat und
den Menschen von hier verwachsen:*

DIE FRISCHEMÄRKTE TRABOLD IM WANDEL DER ZEIT!



Um all das anzubieten, was der Mensch der Wirtschaftswunderzeit für den täglichen Bedarf benötigte, standen damals, im Gründerjahr 1962, gerade einmal fünfzig Quadratmeter zur Verfügung. Im Würzburger Vorort Zell in der „Au“ eröffnete der 22-jährige Horst Trabold mit seiner Ehefrau Helene und einer Aushilfsverkäuferin einen Tante-Emma-Laden. Hier wurde der Grundstein für das Unternehmen Trabold gelegt. Heute bieten wir Ihnen auf einer Gesamtverkaufsfläche von rund 9000 Quadratmetern, aufgeteilt auf fünf Märkte, tagtäglich eine riesengroße Auswahl an Qualität und Frische an. Das Unternehmen hat sich stetig weiterentwickelt und dabei immer wieder kleinere Märkte zugunsten von neuen oder größeren zukunfts-trächtigeren Märkten geschlossen. Als Familienbetrieb mit heute rund 270 Mitarbeitern sind wir über die Jahrzehnte fest mit unserer Heimat verwachsen. Wir kennen die Menschen und fühlen uns mit ihnen sehr verbunden.

Bereits in der zweiten Generation leitet seit 2005 Marco Trabold als Inhaber die Geschäfte. Auch seine beiden Söhne stehen schon als dritte Generation bereit. Auf dieser Seite möchten wir mit Ihnen gemeinsam noch einmal die wichtigsten Stationen unserer Unternehmensgeschichte von 1962 bis in die Gegenwart nachzeichnen. Viel Freude bei dieser Zeitreise!

„Stillstand ist Rückschritt!“

Horst Trabold

1962

Firmengründung im Würzburger Vorort Zell/Main, in der Au 62, auf 50 Quadratmetern Verkaufsfläche

1968

Eröffnung des Frischemarktes Trabold in Würzburg-Mainviertel in der Alten Kasernenstraße 7 – 9. Hier begeisterten wir die Kundinnen und Kunden erstmals mit Fleisch und Wurst in Bedienung.

1970

Eröffnung des Marktes in der Franz-Ludwig-Straße 5 in Würzburg-Sanderau. Auf 200 Quadratmetern konnten wir hier u. a. erstmalig Brot und Backwaren in Bedienung anbieten.

1976

Eröffnung des Marktes in Zellingen in der Vorstadt 15. Während hier erstmals Käse in Bedienung angeboten werden konnte, kam nach dem Umzug 1979 in die Brückenstraße 42 in Zellingen zum allerersten Mal eine Frischfischtheke dazu. Ein Meilenstein! In die Vorstadt zog 1983 der Trabold-Getränkemarkt ein.

1981

Neubau und Eröffnung eines weiteren Marktes in der Fahrmanstraße 1 in Zell/Main. Hier erfolgte eine Vergrößerung der Verkaufsfläche im Zuge des Umbaus im Jahre 1990.



Franz-Ludwig-Straße 5, Würzburg-Sanderau



Der Markt in Gemünden



„Beste Weinabteilung Deutschlands“ / WÜ-Sanderau



Frische und Qualität: Bedientheke / WÜ-Sanderau

1985

Eröffnung des Frischemarktes Trabold in Waldbüttelebrunn in der August-Bebel-Straße. Nach dem Umzug/Neubau im Jahre 1991 in die Raiffeisenstraße 2 erfolgte auch hier eine Vergrößerung der Verkaufsfläche auf 650 Quadratmeter.

1994 – 1999

Jahre im Zeichen der Expansion: Neubau und Eröffnung der Märkte in Würzburg-Oberdürrbach (1994), in Hettstadt (1996), in Eisingen (1996) und in Gemünden (1999; 2015: Umzug in den Neubau). Im Jahre 1999 eröffnete auch der Markt in Würzburg-Heuchelhof, der nach Umbau und Umfirmierung sowie Umstellung auf ein neues Vertriebskonzept im Jahre 2014 seit jeher ein wichtiger Faktor der hiesigen Nahversorgung darstellt.

2005

Neubau und Umzug des Marktes in Zellingen in heute vertraute Gefilde: An der Würzburger Straße 100 erwartet Sie nicht erst seit dem Relaunch im vergangenen Jahr 2021 ein top-modernes Einkaufserlebnis mit Selbstscankassen und der gewohnten Trabold-Frischevielfalt.

2008

Neubau und Eröffnung des Frischemarktes an der Randesackererstraße 53 in Würzburg-Sanderau. Nicht erst seit dem Relaunch im Jahre 2020 erwartet Sie hier auf 2800 Quadratmetern Würzburgs größte Frischevielfalt und Einkaufserlebnis der neusten Generation.

Unseren Prinzipien bleiben wir treu

FIRMENPHILOSOPHIE



Oft wird gesagt, dass weise und prinzipientreue Menschen keine Kompromisse kennen. Dabei wird häufig vergessen, dass für solche Menschen Kompromiss Lebensweisheit und Prinzip zugleich ist. Wie sehr diese Feststellung auf die Menschen zutrifft, die im Unternehmen der Familie Trabold tagtäglich nach festen Prinzipien und einer wertebasierten Firmenphilosophie leben und arbeiten, zeigt sich am besten, wenn man mit den vielen Menschen in den Märkten spricht. Im Dialog zeigt sich: Wertschätzung, gegenseitiger Respekt und verantwortungsvolles Handeln kennzeichnen den nunmehr 60-jährigen, erfolgreichen Weg. Eine Philosophie niederzuschreiben, hierzu schöne Worte zu finden und das Ganze in ein Gewand wirkmächtiger Prinzipien zu kleiden, ist das eine. Die selbst gewählte Philosophie im Alltag zu leben, ist das andere. Hören und schauen Sie beim nächsten Besuch in Ihrem Trabold-Frischemarkt einmal genau hin. Und erleben Sie gelebte Prinzipien. Dafür bürgen wir mit unserem Namen.

Ihre Familie Trabold

UNSERE FIRMENPHILOSOPHIE

Wir schätzen unsere Kunden. Weil wir dankbar sind für ihr Vertrauen, begegnen wir unseren Kunden wie guten Freunden: persönlich, hilfsbereit und herzlich.

Wir wissen, wo wir herkommen. Würzburg und Umgebung ist unser Zuhause, hier leben und arbeiten wir. Die Verbundenheit mit unserer Region spielt in unserem unternehmerischen Handeln eine wesentliche Rolle. Mit Vorliebe kaufen wir Waren aus dem fränkischen Umland und arbeiten mit regionalen Handwerkern und Dienstleitern zusammen – ein Gewinn für unsere Region.

Wir verstehen uns zuerst als Nachbarn, dann als Dienstleister: Kindergärten, Schulen und karitative Einrichtungen können auf unsere Unterstützung zählen.

Wir lieben Lebensmittel: Aus unserer Liebe zu Lebensmitteln machen wir kein Geheimnis. Es ist ein Gefühl, das von ganzem Herzen kommt. Ob Spezialitäten aus aller Welt, Produkte aus unserer Region, von Premium- und Feinkostprodukten bis hin zum Preiseinstieg Gut & Günstig bieten wir unseren Kunden ein Sortiment, welches keine Wünsche offenlässt. Durch unsere Mitarbeiter:innen wird unsere Liebe zu Lebensmitteln für unsere Kunden spürbar. Dass das Wort Frische in unserem Namen an erster Stelle steht, ist kein Zufall. Frische ist für uns alles!

Wir versuchen den Wocheneinkauf Woche für Woche zu einem authentischen und positiven Erlebnis zu machen – genussvoll, in freundlicher Atmosphäre und mit einem Extra an persönlichem Service, das ist unser Anspruch.

Wir handeln vorbildlich: Als anständige Kaufleute verlangen wir angemessene Preise. So können wir nachhaltig wirtschaften und unseren Kunden in Zukunft echten Mehrwert bieten und die Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter langfristig sichern.

Wir erkennen unsere Mitarbeiter:innen als wichtigsten Erfolgsfaktor und nicht als größten Kostenfaktor. Wir respektieren uns und unsere Arbeit: Nicht nur Leistung zählt, auch kollegiales Arbeiten, faires Miteinander und menschlicher Umgang bestimmen unseren Alltag.



UNSEREN PRINZIPIEN BLEIBEN WIR TREU

Umwelt

Heute schon an Morgen denken. Wir übernehmen Verantwortung und handeln nachhaltig. Das bedeutet die Umwelt zu respektieren, ihre Ressourcen zu schützen und zukünftige Generationen zusammen mit starken Partnern in die Planungen einzubeziehen.

Der WWF ist unser Sparringpartner für Nachhaltigkeit. Gemeinsam mit dem EDEKA-Verband wollen wir Schritt für Schritt unseren ökologischen Fußabdruck optimieren.

Wir sichern die Einhaltung von Umweltgesetzen und unterstützen die zukünftige Entwicklung. Dabei überwachen wir ständig die vorgegebenen Umweltziele und Vereinbarungen.

Des Weiteren nutzen wir neue Technologien für umweltgerechte Lösungen und energiesparende Lösungen. (z. B. Solarstrom, LED-Beleuchtung, klimaneutrale Kältetechnik mit CO₂ Kältemittel oder heizen durch umweltschonende Wärmerückgewinnung).

Wir minimieren Abfälle durch Mehrwegsysteme und Mülltrennung und sorgen für die umweltgerechte Entsorgung von Verpackungen und Produkten.

Wir fordern und fördern kurze Transportwege, da wir bei Verfügbarkeit bevorzugt regionale Produkte kaufen.

Beschaffung

Die Trabold-Frischemärkte sind einer der führenden Vermarkter des „Besten aus der Region“ und somit Unterstützer der Landwirtschaft und traditioneller Handwerkskunst bei der Herstellung von Lebensmitteln. Wir kaufen selbst gern um die Ecke ein und führen deshalb beliebte regionale Wein- und Biersorten oder Eier vom Bauern aus der Nachbarschaft im Sortiment. Außerdem sind wir dadurch der Frischegarant für saisonale Produkte wie knackigem Spargel, süßen Erdbeeren, saftigen Zwetschgen oder aromatischen Himbeeren. Die Transportwege sind kurz, das ist gut für die Umwelt. Die Ware ist so richtig schön knackig, und das Vertrauen in Herkunft und Qualität der heimischen Produkte ist groß. Und mal ehrlich: Irgendwie schmeckt es dann doch gleich doppelt so gut.

Wir kontrollieren unsere Lieferanten, den Einsatz von Futtermitteln und Düngemitteln. Die Trabold-Frischemärkte verkaufen keine tierischen Produkte, die nicht aus artgerechter Tierhaltung stammen.

Gemeinsam mit unserem Einkaufsverband EDEKA unterhalten wir ein Qualitätsmanagementsystem, das ständig die Produktqualität überprüft, um unseren Kunden beste Qualität zu sichern. Das hat was mit Verantwortung zu tun.

Wir unterstützen die Gentechnik-Richtlinien und sind für eine hundertprozentige Deklaration, bei Verwendung von gentechnisch veränderten Lebensmitteln.

Unsere Lieferanten und wir haben klare Richtlinien über Zusatzstoffe in Lebensmitteln. Wir deklarieren alle allergenen Zusatzstoffe klar und übersichtlich. Die Trabold-Frischemärkte unterstützen die Lebensmittelkennzeichnungsverordnung (LMKV) und entsprechen damit einem häufig geäußerten Wunsch vieler Kunden.

Die Trabold-Frischemärkte lehnen Kinderarbeit und Zwangsarbeit ab, Wir tolerieren keine menschenunwürdigen Arbeitsbedingungen.

SOZIALES ENGAGEMENT

Das soziale Engagement der Trabold Frischemärkte hat Tradition und ist uns ein großes Anliegen.

Kindergärten, Schulen, Vereine und karitative Einrichtungen können auf unsere Unterstützung vertrauen. Jahr für Jahr bepflanzen wir gemeinsam mit den Vorschulkindern unserer Patenkindergärten Hochbeete. Unsere Überzeugung: Wenn bereits Vorschulkinder ihr eigenes Gemüse säen, pflegen, ernten und gemeinsam essen, verändert das ihre Einstellung zu Lebensmitteln und verbessert ihre Ernährungsgewohnheiten nachhaltig. Diese Kontinuität stellt die nachhaltige Wirkung unseres Projekts sicher.



Mit dem jährlich stattfindenden Projekttag Mehr bewegen – besser essen für Paten-Grundschüler der 3. und 4. Klassen, steht der Zusammenhang zwischen Ernährung, Bewegung und Verantwortung im Fokus. Auf diese Weise sollen die Kinder ermuntert und befähigt werden, auf sich selbst und auf eine ausgewogene Ernährung zu achten und Verantwortungsgefühl für sich und die Umwelt zu entwickeln.

Seit vielen Jahren spenden wir Lebensmittel an die örtliche Tafel und bieten dieser die Möglichkeit, eine Lebensmittel-Sammelstelle in unseren Märkten aufzustellen. Mit zahlreichen Aktionen und Spenden in Zusammenarbeit mit karitativen Einrichtungen in unserer Region unterstützen wir Obdachlose und bedürftige Menschen.



„WIR MÜSSEN NICHT NUR GUT AUSBILDEN, WIR MÜSSEN AUCH PERSPEKTIVEN SCHAFFEN.“



Markus Schreier ist seit dem Jahr 2010 in der Unternehmensleitung der Familie Trabold als Prokurist tätig. Jenseits dieser offiziellen Berufsbezeichnung gilt er dann auch schon einmal als „der wichtigste Mitarbeiter“ an der Seite Marco Trabolds und als „Stellrad“ zwischen den MitarbeiterInnen und der Geschäftsführung. Eine spannende Tätigkeitsbeschreibung.

Herr Schreier, was bedeutet das 60-jährige Unternehmensjubiläum für Sie ganz persönlich mit Blick auf die Dinge, für deren Prägung in den Märkten Sie maßgeblich verantwortlich sind, gerade im Zusammenhang mit der Wertschätzung, die Sie hier merklich erfahren?

Markus Schreier: Das löst schon viel Stolz in mir aus. Zum einen hinsichtlich dessen, was wir gemeinsam erreicht haben, Herr Trabold und ich, zum anderen aber auch die Tatsache, dass es uns gemeinsam durch mitunter substantielle Gespräche gelungen ist, Veränderungen im Unternehmen herbeizuführen, die sich merklich auszahlen. Und das nicht nur im streng monetären Sinne, sondern auch mit Blick aufs Betriebsklima und die Zufriedenheit der MitarbeiterInnen. Da haben wir in letzten Jahren viel erreicht.

In den Gesprächen mit der Familie Trabold wurde immer wieder deutlich, dass ein Stillstand in der Weiterentwicklung des Unternehmens keine Option ist. Auf welches Etappenziel Ihrer Arbeit können Sie zurückschauen, das die Umsetzung dieses Credos ganz besonders deutlich macht?

Markus Schreier: Ich denke, dass es mir gelungen ist, im Unternehmen die an sich selbstverständliche

Überzeugung zu etablieren, dass die Mitarbeitenden das Fundament unseres gemeinsamen Erfolges sind.

Sie beschreiben sich selbst als Stellrad zwischen den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und der Geschäftsführung. Und dies als Mitglied der Geschäftsführung. Wie gut gelingt Ihnen die Ausführung dieser Aufgabe?

Markus Schreier: Hier versuche ich natürlich, dass das für alle Beteiligten passt. Dies in meiner Eigenschaft als Personalleiter, der nicht nur für die Rekrutierung neuer MitarbeiterInnen verantwortlich ist, sondern in erster Linie auch für die Entwicklung des bestehenden Teams. Darin sehe ich meine vornehmlichste Tätigkeit. Ich denke, dass mir das deshalb gut und zielführend gelingt, weil ich einen guten Draht zur Familie Trabold besitze, die wiederum in großen Teilen der Belegschaft große Wertschätzung erfährt. Das Erfolgsrezept besteht im Wesentlichen darin, gemeinsam an einem Strang zu ziehen.

Welche Dinge verbinden Sie ganz persönlich mit dem Unternehmen Trabold?

Markus Schreier: Da muss ich ein wenig meine berufliche Vita zitieren, bevor ich diese Frage beantworten kann. Seit 1989 bin ich bei der EDEKA-Gruppe tätig. In der damaligen Zeit vor allem als Leiter der Personalentwicklung bei der EDEKA Nordbayern. Ich komme einfach aus dem Bereich Personal und Personalentwicklung und konnte mir auf diesem Gebiet eine gewisse Expertise aufbauen. Das hat mein Chef Marco Trabold rechtzeitig erkannt, das gut ausgebildete Mitarbeiter:in-

„Hier kann ich nicht nur die richtigen Dinge machen, sondern diese Dinge auch noch richtig!“

nen das Wichtigste sind. Deshalb hat er mich auch eingestellt. Eine einschneidende Erkenntnis aus dieser Zeit war, dass ich beobachtete, dass jungen, ambitionierten Menschen nach einer dreijährigen Ausbildung mitunter befristete Verträge angeboten wurden. Ich habe mich bereits damals gefragt, welchen Sinn das für diese jungen Menschen haben soll, für uns zu arbeiten und welche langfristigen Folgen so eine Personalpolitik hat mit Blick auf die Bewerber und die Bewerberqualität. Jetzt, und nun komme ich zur Beantwortung Ihrer Frage, habe ich die Möglichkeit, an verantwortlicher Stelle die Weichen so zu stellen, dass solche Dinge in unserem Unternehmen nicht passieren. Und ich besitze die Freiheit dazu, dies eigenverantwortlich umzusetzen. Das ist ein schönes Arbeiten – und das ist etwas, was ich mit dem Unternehmen Trabold verbinde: Ein Vertrauen zu genießen, das es mir nicht nur erlaubt, die richtigen Dinge zu tun, sondern diese Din-

ge auch richtig zu tun. Dann ist man einfach angekommen.

Dieses Konzept der Wertschätzung, die Philosophie die dahintersteckt, ist schon etwas, das Sie offensiv kommunizieren. Im Grunde wird hier die Handschrift Ihrer Arbeit nach außen getragen. Bekommen Sie hierzu auch ein Feedback, gerade von den Auszubildenden?

Markus Schreier: Dieses Feedback bekomme ich, worüber ich mich natürlich freue. Im Wesentlichen nutze ich das aber auch als Ansporn dafür, noch besser zu werden, denn klar ist auch, dass wir in bestimmten Dingen natürlich auch noch Potenzial haben, Dinge anders zu machen. Ich vertrete halt die Einstellung, dass es für beide Seiten passen muss. Wenn der Arbeitgeber den Arbeitnehmer über den Tisch zieht und der Arbeitnehmer die Reibungswärme als Nestwärme empfindet, dann ist das der falsche Weg. Bei Trabold gehen wir damit offen um.

Welche Zäsuren oder Meilensteine haben sich Ihrer Meinung nach, gerade auf dem Gebiet der Mitarbeiterführung, seit Ihrem Eintritt in die „EDEKA-Welt“ 1989 ereignet?

Markus Schreier: In gleichem Maße, in dem sich unsere Kundinnen und Kunden beim Einkauf anspruchsvoller und auch informierter zeigen, müssen wir die Güte der Beratungsqualität in unseren Teams natürlich steigern, um diesem nachvollziehbaren Kundenanspruch nach Beratung und Information nachzukommen. Hier hat sicherlich ein positiver Wandel stattgefunden. Eine Zäsur, die ich allerdings schon vor Urzeiten vorausgesagt habe, ist jedoch die Veränderung im Verhältnis von Arbeitgebermarkt und Arbeitnehmermarkt. Den Anspruch, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein, damit die Leute sagen: Hey, da will ich arbeiten, verwirklichen wir nicht, indem wir drei Jahre ausbilden und dann befristen. Wir müssen nicht nur gut ausbilden, wir

müssen auf jeden Fall auch Perspektiven schaffen.

Eigentlich doch eine Binsenweisheit, oder?

Markus Schreier: Natürlich! Aber eine, die wir bei Trabold schon immer umgesetzt haben im Gegensatz zu manch anderen Unternehmen. Ich hoffe durch meine Arbeit, zumindest hier eine Kultur des respektvollen Miteinanders etabliert zu haben.

Herr Schreier, was wünschen Sie sich anlässlich des Jubiläums für das Unternehmen Trabold?

Markus Schreier: Ich wünsche mir, dass die neue Generation in Person von Julian Trabold ein genauso gutes Miteinander und Vertrauen in der Zusammenarbeit aufbauen kann, wie ich das mit Marco Trabold konnte. Und natürlich, dass wir alle zusammen das Unternehmen weiterhin gut voranbringen.

Herr Schreier, ich danke Ihnen für dieses Gespräch.



Recherchiert man das Aufgabenfeld eines Marktleiters, könnte man die übergeordnete Anforderung wie folgt zusammenfassen: den Überblick behalten. Im Detail bedeutet das, eine kompetente Kommunikation zwischen Team und Geschäftsführung zu pflegen, die Übersicht über alle Abteilungen im Blick zu haben, Schichtpläne zu koordinieren und natürlich mit voller Hingabe für alle, die im Markt einkaufen oder arbeiten, ein offenes Ohr zu haben. Wir haben unsere Marktleiter gefragt, was sie an ihrer Berufung so reizt.

JÜRGEN MARTIN

Herr Martin, seit 26 Jahren arbeiten Sie nun schon im Unternehmen der Familie Trabold. Hatten Sie da nicht schon einmal Lust, etwas anderes auszuprobieren?

Tatsächlich gar nicht, denn die täglichen Aufgaben sorgen dafür, dass es in unserem Beruf niemals langweilig wird. Ich erlebe jeden Tag neue Herausforderungen, aber auch wunderbare Begebenheiten mit unseren Kunden. Nach 13 Jahren alleine hier in Sanderau ist eine gewisse Bande gewachsen zwischen mir und speziell unseren Stammkunden. Aber auch das Arbeitssetting passt.

Was meinen Sie damit genau?

Damit meine ich, dass mir eigenverantwortliche Freiräume gelassen werden. Unser Chef beschreibt das gerne so, dass er das gut gestimmte Klavier hinstellt und ich die individuelle Melodie spielen darf. Das wirkt sich förderlich aufs Betriebsklima aus und macht einfach Spaß.

Welches ist Ihr Jubiläumswunsch?

Langfristig wünsche ich mir, dass wir trotz Pandemie und Krieg in der Ukraine eine „Schippe drauflegen“ können, um das Unternehmen weiter voranbringen können.

Herr Martin, Glückwunsch zu Ihrem 26-jährigen Jubiläum und weiterhin alles Gute.

SVEN LAUX

Herr Laux, wann sind Sie zu ins Unternehmen gekommen?

Das war sage und schreibe der 1. Juni 1991 – also vor über 30 Jahren. Damals begann ich meine Ausbildung bei Familie Trabold und war seitdem, überwiegend als stellvertretender Marktleiter, in den Märkten in Waldbüttelbrunn und Oberdürrbach tätig. Ab Februar 1999 dann als Marktleiter in Gemünden und schließlich seit Juli 2011 in gleicher Funktion in der Firmenzentrale in Zellingen.

Dann teilen Sie Ihre langjährige Erfahrung ja mit Ihrem Kollegen Jürgen Martin aus Sanderau, dessen Interview wir an den Anfang der Porträts weiterer langjähriger MitarbeiterInnen gestellt haben. Was verbinden Sie ganz persönlich mit dem Arbeiten im Markt in Zellingen?

Mich motiviert jeden Tag aufs Neue der enorm gute Zusammenhalt im Team. Ich kann mich auf meine Mannschaft verlassen – mit Blick auf die Dinge, die im Markt zu tun sind, aber auch privat. Das schweißt zusammen. Und ist auch notwendig, angesichts der vielfachen Herausforderungen jeden Tag. Handel ist Wandel, sage ich immer. Da ist es wichtig, dass das Team funktioniert.

Gibt es Begebenheiten, an die Sie sich besonders gerne erinnern?

Da gibt es viele, aber besonders intensiv erinnere ich mich an die Verkaufsmärkte, die wir in der Vergangenheit immer einmal wieder auf dem Parkplatz vor dem Markt veranstaltet haben. Unvergesslich war der sogenannte „Einkellerungsmarkt“, im Rahmen dessen wir unglaubliche 47 Paletten Kartoffeln verkauft haben. Einmal mehr eine großartige Teamaktion.



Sven Laux, Marktleiter in Zellingen seit 2011

DANIEL DIETRICH

Herr Dietrich, gleich zu Beginn unseres Gespräches sagten Sie, dass Sie „das Gesamtpaket“ bei Trabolds überzeugt. Was beinhaltet dieses Gesamtpaket?

Damit meine ich vielerlei: Aus Kundenperspektive freut mich das anerkennende Feedback, das mein Team und ich für unsere Arbeit erhalten; aus Sicht der Geschäftsführung empfinde ich die mir zuteilwerdende Loyalität als sehr angenehm. Ich merke deutlich, in einem familiär geführten Unternehmen zu arbeiten, das familiäre Werte hochhält. Auch in Richtung der Mitarbeitenden. Ich empfinde die Führungsebene als sehr nahbar mit einem stets offenen Ohr.

Was zeichnet „Ihren“ Markt in Gemünden aus? Gibt es so etwas wie einen Fingerabdruck, den Sie etablieren konnten?

Ich erachte es als große Leistung, dass wir es damals geschafft haben, aus dem Stammpersonal des Vorgängermarktes zusammen mit unseren „Neuen“ eine eingeschworene Mannschaft geformt zu haben. Das immer wieder im Alltag zu merken, ist eine tolle Sache.

Gibt es ein für Sie unvergessliches Erlebnis?

Ja (lacht), das Gefühl, das ich hatte, als mir klar war, dass ich in meinem ersten Jahr im Unternehmen im Rahmen des Junioren-Aufstiegsprogramms der EDEKA mehr gelernt habe als während der ganzen Ausbildung.

Was wünschen Sie dem Unternehmen für die Zukunft?

Das eh schon tolle Zusammengehörigkeitsgefühl weiterhin zu stärken.



Daniel Dietrich, Marktleiter in Gemünden seit 2015



Sven Facius, Marktleiter in Würzburg-Heuchelhof seit 1997

SVEN FACIUS

Herr Facius, auch Sie sind seit über 24 Jahren dem Unternehmen Trabold treu geblieben. Was ist das Geheimnis Ihrer Treue?

Der Mix passt einfach. Ich fühle mich hier wertgeschätzt und anerkannt. Zudem reizt mich die Vielfältigkeit der täglichen Aufgaben. Ich arbeite mit Menschen zusammen, da kann kein Tag wie der andere sein. Letztlich bin ich eine Person, die gerne lacht und zu ihren Mitmenschen freundlich sein möchte. Ich denke, dies alles zusammen erklärt meine Motivation, hier seit 1997 Marktleiter im Heuchelhof zu sein, ganz gut. Und ich habe auch überhaupt nichts dagegen, von diesem Markt aus direkt irgendwann in den Ruhestand zu gehen.

Gibt es etwas, dass sich während dieser langen Zeit grundsätzlich verändert hat im Lebensmitteleinzelhandel?

Nun ja, als jemand, der in „der Vordigitalisierung“ geprägt wurde (lacht!), ist die fortschreitende Digitalisierung natürlich eine Zäsur, die selbstverständlich auch eine Menge Positives mit sich bringt. Grundsätzlich ist alles mit einem viel höheren Tempo versehen und einer höheren Informationsdichte.

Merken Sie das auch bei den Kund:innen?

Ganz deutlich. Die Menschen fragen wesentlich differenzierter und sind insgesamt informierter. Mir als Nahversorger ist das nur recht. Gerade das Vertrauen zu den Stammkund:innen sowie die Gespräche im Markt selbst bilden ein unverzichtbares Fundament.

MARKUS GANZ



Markus Ganz, Marktleiter in Eisingen seit 2016

Sie haben sich und Ihr Team als „Allrounder“ bezeichnet. Wie kam es dazu, Herr Ganz?

Unser Markt in Eisingen ist verglichen mit den anderen Filialen eher kleiner. Das gilt somit auch für die Mannschaftsstärke. Dass das kein Nachteil sein muss, zeigt sich daran, dass hier jede und jeder wirklich alles kann. Deshalb das Prädikat „Allrounder“. Das zeichnet uns hier wirklich aus.

Seit wann sind Sie denn im Unternehmen der Familie?

Seit ich 2008 meine Lehre bei Trabolds begonnen habe. Gelernt habe ich damals am Heuchelhof, wo ich dann auch bis 2013 beschäftigt war. Ab 2013 war ich dann stellvertretender Marktleiter in Eisingen, zwischendurch dann mit gleicher Funktion im großen Frischecenter an der Randersackerer Straße, bevor ich schließlich als Marktleiter 2016 nach Eisingen zurückkehrte.

Woraus ziehen Sie Ihre tagtägliche Motivation für Ihren Beruf?

Ich liebe meinen Job einfach und es macht jeden Tag aufs Neue unheimlich Spaß. Es fällt mir leicht, mich mit dem Markt zu identifizieren, weil wir so ein gutes Miteinander im Team pflegen und diese positive Grundstimmung sich auch auf den Umgang mit unseren Kund:innen überträgt.

Das klingt sehr begeistert!

Ja, auf jeden Fall. Zumal wir noch viel vorhaben. Gerade der Dialog mit den Menschen hier aus Eisingen hilft uns und hilft mir, zukünftig noch besser auf Kundenwünsche einzugehen und diese zum Beispiel auch bei der Produktauswahl zu berücksichtigen. Ein immer wieder spannendes Gesamtprojekt.

WERTVOLLE WEGBEGLEITER

„Wie schnell doch ein Vierteljahrhundert vergeht!“

MARTINA DEINERT

**Kassenaufsicht in Würzburg-Sanderau;
seit 43 Jahren dabei!**

Sage und schreibe seit 43 Jahren arbeitet Martina Deinert nun schon in den Märkten der Familie Trabold. „Ursprünglich bin ich durch einen Ferienjob zu den Trabolds gekommen“, erinnert sie sich. Dann nahm der Werdegang professionelle Formen an: „Die ersten zehn Jahre war ich an der Frischetheke verantwortlich für Käse, Fisch und die Metzgerei.“ Als stellvertretende Marktleiterin war Martina Deinert tätig in den Märkten am Heuchelhof und in Zellingen, als Marktleiterin selbst für fünf Jahre in Eisingen. „Schließlich war ich dann stellvertretende Marktleiterin hier in Würzburg-Sanderau. Seit drei Jahren obliegt mir die Kassenaufsicht.“ Eine bewegte Karriere also. „Ich hatte nie wirklich das Verlangen, von hier wegzugehen. Der familiäre Zusammenhalt in den Märkten ist einzigartig. Das findet man nicht so schnell wieder.“ Als ihre persönlich größte Errungenschaft bezeichnet Martina Deinert das „Auskommen mit der Vielfalt der Menschen“. Dies ist unbedingt positiv zu verstehen, dabei kann sich bestimmt jeder gut vorstellen, dass ihr in über vier Jahrzehnten keine Facette menschlichen Seins verborgen geblieben ist. „Hier bekommt jeder das Vertrauen und die Verantwortung, sich einzubringen und sich zu verwirklichen. Das zeichnet unser Unternehmen unbedingt aus. Trabold bildet eine Besonderheit in der Welt der EDEKA.“ Dies aus dem Munde einer gestandenen „Trabold-Persönlichkeit“ nach 43 Jahren ist wahrlich eine Auszeichnung.



ASTRID HABERLAND

**Verkäuferin Metzgerei in Gemünden;
seit 21 Jahren dabei!**

„Als Verkäuferin muss man sich die Zeit nehmen, um den Menschen zuzuhören“, sagt Astrid Haberland, die Marika Brand beipflichtet, dass die Kund:innen im positiven Sinne ein größeres Bewusstsein für hochwertige, speziell auch regionale Ware entwickelt haben. Im Unternehmen schätzt sie das hervorragende Arbeitsklima und die gute Zusammenarbeit im Team. „Es gefällt mir, dass mein Wort Gehör findet. So empfinde ich es als sehr wertschätzend, die Abteilungsleitung immer wieder auch durch meine Arbeit direkt unterstützen zu können. Sei es bei der Bestellung oder anderen wichtigen Dingen.“ Die Leidenschaft, mit der sie ihren Beruf ausübt, merkt man Astrid Haberland in Sätzen wie diesen an: „Es geht nicht immer nur ums Verkaufen. Gerade im Gespräch mit der Stammkundschaft ist ein offenes Ohr ganz wichtig. Das macht doch das Miteinander in unserem Markt aus.“ Entsprechend wünscht sie Familie Trabold zum Jubiläum nur das Beste: „Dem Senior wünsche ich viel Gesundheit und dem Julian genauso viel Erfolg wie seinem Vater.“

MARKUS GERHARD

stellvertretender Marktleiter in Gemünden;
seit 32 Jahren dabei!

„Damals während der Ausbildung habe ich mitunter noch die Bürgersteige vor dem Markt gekehrt“, erinnert sich Markus Gerhard lachend und fügt an: „Außerdem wurden zu der Zeit die Waren noch per Hand mit dem Preisschild versehen.“ Unweigerlich hat man den guten, alten Preisauszeichner vor Augen. Auf die Frage, was ihn so lange im Unternehmen der Familie Trabold gehalten habe, kommt die Antwort spontan: „Die vielseitigen Aufgaben in einem fairen und guten Arbeitsumfeld. Es wird einfach niemals langweilig, jeder Tag bietet neue Erlebnisse.“ Eingedenk der Stationen, die Markus Gerhard bereits im Unternehmen durchlaufen hat, erschließt sich die Vielseitigkeit quasi von selbst: Bereits 1999 war er stellvertretender Marktleiter in Gemünden, dann Marktleiter in Eisingen und als Stellvertreter der Leitung in Sanderau tätig. Seit Februar 2011 ist er nun wieder in Gemünden: als Stellvertreter von Marktleiter Daniel Dietrich. Was ihn in dieser bewegten Zeit am eindringlichsten in Erinnerung geblieben ist? „Das waren auf jeden Fall die genialen Verkaufsmärkte im „alten Markt“ in Gemünden, vor allem der Geranienmarkt und der legendäre Kartoffelmarkt. Und selbstverständlich die Neueröffnung im Frischecenter Würzburg-Sanderau, damals 2008.“ Markus Gerhard hat viel zu erzählen. Sprechen Sie ihn doch einfach einmal an.



SANDRA MOHR

Mitarbeiterin der Verwaltung in Zellingen;
seit 23 Jahren dabei!

„Beständigkeit, Verlässlichkeit und Vertrauen sind auch heute noch Werte, die eine Firma zu einem erfolgreichen Unternehmen machen. Deshalb an dieser Stelle „herzlichen Glückwunsch“ zum 60-jährigen Firmenjubiläum an meine „drei Chefs“ aus Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft!“ Ein toller Glückwunsch von Sandra Mohr, die seit 1999, zunächst „im Dorf“ in der Brückenstraße in Zellingen und nun im aktuellen Markt, im Unternehmen von Familie Trabold u. a. für die Buchhaltung und Rechnungspflege zuständig ist. Der Einfluss der drei Generationen ihrer „drei Chefs“ ist im positiven Sinne deutlich spürbar, erzählt Sandra Mohr: „Jeder hat seinen eigenen Führungsstil. Dabei ist es schön zu beobachten, dass trotz mitunter unterschiedlicher Sichtweisen am Ende etwas herauskommt, das dem Unternehmen zugutekommt.“ Schließlich seien hier Kaufleute aus Leidenschaft am Werk. „Ich schätze es sehr, dass ich sowohl mit Dingen, die die Arbeit betreffen, aber auch mit privaten Anliegen an die Führungsetage herantreten kann. Diese nahbare Vertraulichkeit ist nicht selbstverständlich.“ Als fundamentalste Veränderung in ihrem Tätigkeitsbereich empfindet Sandra Mohr den rasanten Fortgang der Digitalisierung. „Solange der persönliche Kontakt hierbei nicht zu kurz kommt, ist das natürlich ein deutlicher Fortschritt.“

HEIKE ANDERSECK

Verkäuferin Metzgerei in Zellingen;
seit 30 Jahren dabei!

„Besonders in Erinnerung geblieben ist mir das sonntägliche Arbeiten mit unserer Chefin Helene Trabold. Viermal im Jahr zum Dorrfest in Zellingen. Damals noch im alten Laden“. Die gelernte Konditorin und heutige Verkäuferin in der Metzgerei im Markt in Zellingen muss lächeln, als sie so in Erinnerungen schwelgt. „Das war eine tolle Zeit damals, wenngleich das nicht bedeuten soll, dass früher alles besser war“, sagt Heike Anderseck, „viele hat sich zum Guten entwickelt in unserem Unternehmen. Besonders gefällt mir, dass sich das Familiäre von damals bis heute erhalten hat. Kollegialität und ein vertrauensvolles Miteinander sind zwei wesentliche Aspekte, die ich mit dem Arbeiten im Unternehmen von Familie Trabold in Verbindung bringe.“ Seit ihrem Start 1992 konnte sie beobachten, dass der Kundenstamm stetig gewachsen ist. „Ein weiterer Beleg dafür, dass die Entwicklung unseres Marktes hier in Zellingen in die richtige Richtung verlaufen ist.“ Für die Zukunft wünscht Heike Anderseck allen eine gute Gesundheit. „Das ist das Allerwichtigste.“ Dem möchte man ihr uneingeschränkt beipflichten.



ROLAND SCHWAB

Lagerarbeiter in Zellingen; seit 32 Jahren dabei!

Roland Schwab kann man, ohne groß darüber nachzudenken, als das „Allround-Talent“ im Markt in Zellingen bezeichnen. Er selbst findet diesen Titel ebenfalls recht passend. „Fast auf den Tag genau vor 32 Jahren hat mich Horst Trabold eingestellt und mir die Chance meines Lebens eröffnet“, erzählt Roland Schwab, der im Lager hauptsächlich für das Leergut verantwortlich ist, aber immer auch dort mit anpackt, wo er gebraucht wird. Marco Trabold nennt ihn scherzhaft auch schon einmal den „Lagerprokuristen“. Ähnlich wie Astrid Anderseck schwärmt auch er noch von den damaligen „offenen Sonntagen“ und vom „wunderbaren Ambiente“, das er im Unternehmen ausmacht. „Ich arbeite einfach mit dem besten Team zusammen.“ Manchmal sind es genau solche Sätze, die mehr sagen als alle Analysen und Statistiken.

FRAU SCHNEIDER

Abteilungsleitung Metzgerei in Eisingen;
seit 23 Jahren dabei!

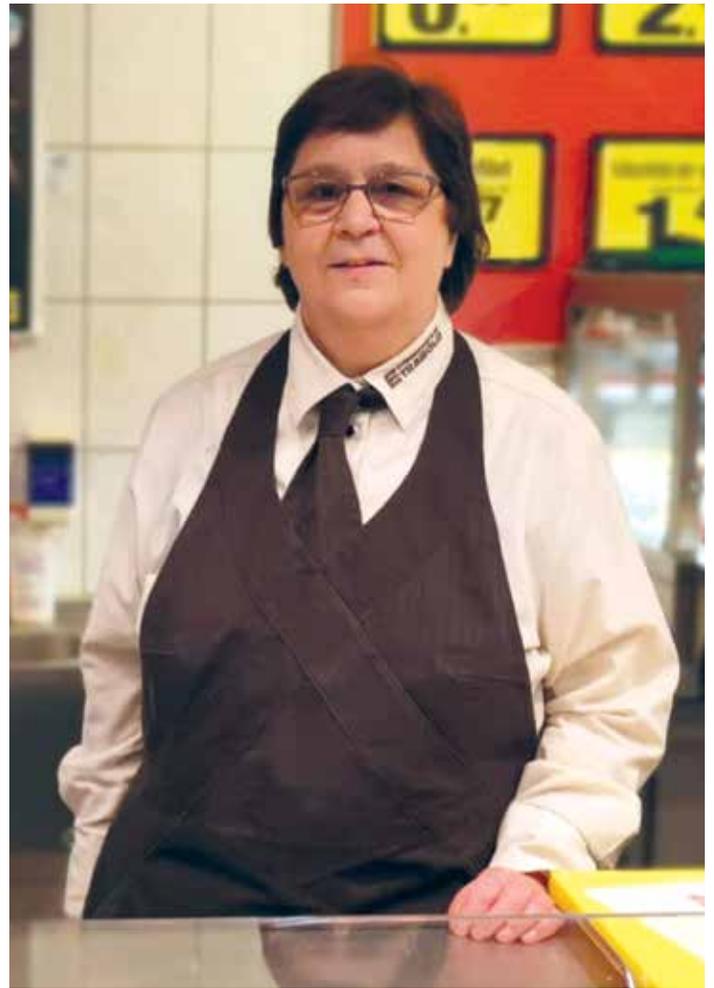
Ebenfalls seit 1999 arbeitet Frau Schneider im Markt in Eisingen; seit 2012 als Abteilungsleiterin der Metzgerei im Markt. Dies bezeichnet sie im persönlichen Gespräch auch als die große Errungenschaft ihrer beruflichen Vita. „Mir ist hier im Unternehmen große Wertschätzung widerfahren, weswegen ich mich auch nach all den Jahren noch sehr wohlfühle.“ An Familie Trabold schätzt sie die Führungsqualitäten: Klar in der Sache, aber immer mit einem „familiären Ohr“ für die Belange der Mitarbeitenden. „Mein persönlicher Wunsch ist der, dass ich noch viele Jahre das Beste fürs Unternehmen geben möchte, damit es sich weiterhin so hervorragend entwickeln kann.“



HANNI MEUSCHEL

Verkäuferin Metzgerei in Eisingen;
seit 25 Jahren dabei!

Wie schnell doch ein Vierteljahrhundert vergeht, mag man sich denken. Wobei eine große Konstante im Berufsleben von Hanni Meuschel sicherlich die Frischetheke im Markt in Eisingen ist. Und das seit 1996. „Ich bin in Eisingen von Anfang an dabei und immer noch da“, lacht Hanni Meuschel und freut sich, dass es ihr seit einem Vierteljahrhundert gelungen ist, stetig wachsendes Vertrauen zu ihrer Kundschaft aufzubauen. „Das ist für mich das Allerwichtigste und kennzeichnet das Selbstverständnis meiner Arbeit hier im Markt“, sagt sie und freut sich, dass die allermeisten Kund:innen sie beim Vornamen nennen. „Verkäuferin zu werden, war schon immer mein großer Wunsch gewesen. Das ist einer der Gründe, warum ich diesen Beruf schon so lange ausübe. Wenn man das dann in einem so wunderbar familiär geführten Unternehmen machen kann, ist das schon etwas Besonderes.“ Dem generell aktuell herrschenden Nachwuchsmangel gerade in vielen Metzgereiabteilungen setzt sie deshalb das Folgende entgegen: „Ich kann jungen Menschen nur empfehlen, diesen Beruf zu ergreifen. Man lernt sehr viel im Rahmen einer wirklich guten Ausbildung. Der tägliche Kontakt zu Menschen ist dabei etwas ganz Großartiges.“ Und so wünscht sie dem Unternehmen Trabold für die Zukunft auch immer genügend „begeisterte Nachwuchskräfte“, die die Märkte zielsicher ins nächste Vierteljahrhundert führen.



TANJA WEBER

Verkäuferin und KassiererIn in Eisingen;
seit 23 Jahren dabei!

„Wir sind eine richtige Trabold-Familie hier“, freut sich Tanja Weber, die seit 2003 im Markt in Eisingen tätig ist. Gelernt hat sie ab 1999 in der Würzburger Filiale Heuchelhof. „Hier wäscht eine Hand die andere!“ Und damit ist die Besonderheit des Marktes in Eisingen schon ganz gut zusammengefasst. „Das vergleichsweise kleine Team ist eine eingeschworene Gemeinschaft“, erzählt Tanja Weber, „auch privat unternehmen wir von Zeit zu Zeit etwas zusammen.“ Als größte Errungenschaft ihrer bisherigen Zeit bei Trabolds bezeichnet sie den Umstand, dass sie immer wieder die Möglichkeit erhält, Verantwortung zu übernehmen. „So habe ich bereits Aufgaben der stellvertretenden Marktleitung übernommen.“ Besonders positiv sieht Tanja Weber die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. „Das ist ein absoluter Pluspunkt. Nach der Geburt unserer Tochter im Jahr 2011 konnte ich nach der Auszeit problemlos wieder in den Job zurückkehren. Ein guter Grund, sich hier zu bewerben.“ Ihr Wunsch zum Jubiläum liest sich folgerichtig: „Es darf gerne alles so gut bleiben, wie es ist.“

MARIKA BRAND

**Verkäuferin Obst und Gemüse, Kasse in Gemünden;
seit 21 Jahren dabei!**

„Nach über zehn Jahren in Gemünden nennen mich alle eigentlich nur noch Rike“, erzählt Marike Brand mit einem Augenzwinkern, die nach eigenem Bekunden „Verkäuferin aus absoluter Leidenschaft“ ist. Ihre „Herzblut-Karriere“ begann sie 2001 im damaligen Markt an der Brückenstraße in Zellingen bzw. im Getränkemarkt in der Turmstraße. Zum Obst und Gemüse ist sie erst hier in Gemünden gekommen. Gerade in dieser Abteilung konnte sie beobachten, dass die Kund:innen immer wertiger kaufen und durch die Bank weg informierter sind, wenn es um die Qualität von Lebensmitteln geht. „Bio ist absolut mehr als ein Trend“, weiß die erfahrene Verkäuferin zu berichten, die es als positive Entwicklung sieht, dass sich immer mehr Menschen bewusster ernähren. „Gerade in meiner Abteilung ist Beratung in diesem Zusammenhang sehr wichtig.“ An Trabolds als Arbeitgeber schätzt sie das „familiäre Umfeld und die sehr gute Fürsorge“. „Die Chefs haben immer ein offenes Ohr und sind für einen da, wenn einmal der Schuh drückt.“ Am Ende sagt sie noch einen Satz, der im Grunde alles auf den Punkt bringt: „Du musst mit Herz dabei sein. Jeden Tag. Und das ist auch das, was ich mir weiterhin für unser Team und das Unternehmen wünsche.“



MICHAELA KUDZUS

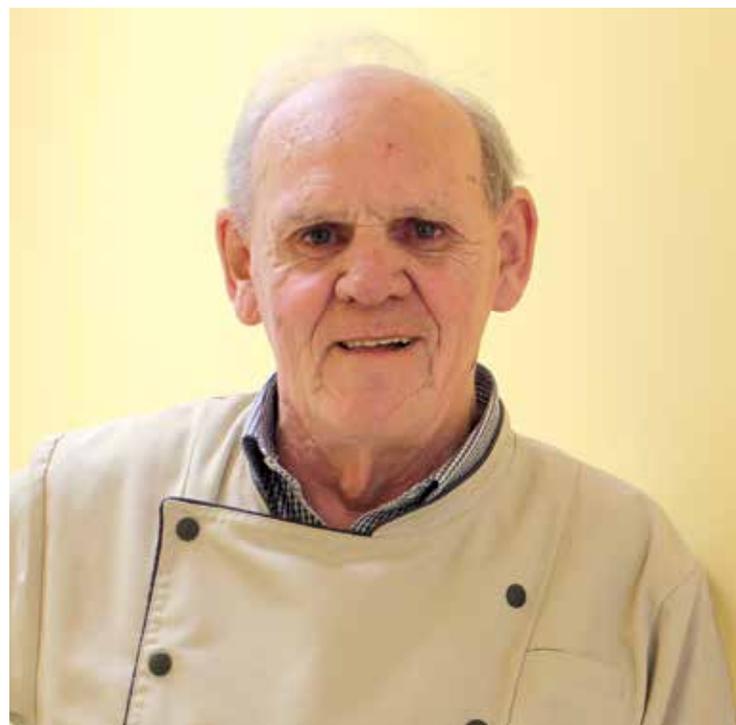
**Verkäuferin Metzgerei in Würzburg-Sanderau;
seit 23 Jahren dabei!**

Nicht nur die legendäre Jubiläumsfeier zum 50-jährigen Bestehen des Unternehmens im „Odeon“ ist Michaela Kudzus, die seit 1999 als Metzgereifachverkäuferin bei Trabolds arbeitet, in allerbesten Erinnerung. „Ich habe viel Spaß bei der Arbeit, was im Wesentlichen auch daran liegt, dass wir hier alle an einem Strang ziehen und als Team zusammenhalten“, erzählt sie. Bevor sie an die Randersacker Straße kam, arbeitete sie bereits bis 2011 im ehemaligen Markt in Oberdürrbach. Hier als Abteilungsleiterin der Metzgereiabteilung. „Im Laufe der Zeit hat sich eine Menge verändert. Positiv hat sich das Kaufverhalten der Kund:innen entwickelt, die wesentlich mehr Wert auf Qualität und Herkunft gerade bei Fleischprodukten legen. Da ist eine gewisse Erfahrung über die Jahre absolut von Vorteil, wenn es um die Beratung geht.“

ERWIN KLIMMECK

**Metzgermeister in Würzburg-Sanderau;
seit 33 Jahren dabei!**

Auch Erwin Klimmeck hat seinen wohlverdienten Ruhestand längst erreicht, lässt es sich aber ebenfalls nicht nehmen, einmal pro Woche persönlich hinter der Metzgereitheke in Sanderau zu erscheinen, um sein Team zu unterstützen. Der Metzgermeister, der bereits 1967 sein Handwerk erlernt hat, weiß, wovon er spricht: „Wer Interesse an diesem wunderbaren Beruf hat, der kann in diesem Unternehmen weit kommen. Hier redet einem keiner rein; man kann sich kreativ austoben und dabei Karriere machen: Vom Lehrling bis zum Abteilungsleiter stehen einem alle Türen offen.“ „Kreativ ausgetobt“ hat er sich schon immer gerne mit der Kollegin Walbrun: „Die „Trabold-Spezialitäten“ haben Jeannette und ich hier etabliert. Und die sind bei vielen sehr beliebt.“



EMMA BECKER

**Verkäuferin Metzgerei in Würzburg-Sanderau;
seit 26 Jahren dabei!**

„Mir macht die Arbeit so viel Freude, dass ich auch fünf Monate nach Beginn meiner Rente noch gerne hier bin.“ Das spricht Bände. Und ein gewichtiges Wort für das Betriebsklima im Unternehmen Trabold. „Ich fühle mich hier wie zu Hause“, berichtet Emma Becker dann auch freudestrahlend und die ihr innewohnende Frohnatur ist ihr deutlich anzumerken. „Das Bedienen, die Arbeit mit den Kund:innen: Das alles macht mir richtig, richtig Spaß. Ich habe viel gelernt hier in den vergangenen Jahren. Sowohl im direkten Gespräch mit unseren Kund:innen, aber auch auf den vielen Seminaren, zu denen ich fahren durfte.“ Seit 1999 ist Emma Becker nun dabei und ein Ende scheint, Stand jetzt, erst einmal nicht absehbar.

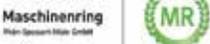
JEANNETTE WALBRUN

**Abteilungsleitung Metzgerei in
Würzburg-Sanderau; seit 23 Jahren dabei!**

Über einen Quereinstieg kam Jeannette Walbrun 1999 ins Unternehmen. Nach Stationen in Oberdürrbach und Zelligen „landete“ sie schließlich 2017 als Abteilungsleiterin der Metzgerei in Sanderau. „Als uneingeschränkt positiv empfinde ich es, dass wir in unserer Kreativität nicht eingeschränkt werden. Unsere Chefs sind stets offen für neue Ideen.“ Das bezieht Jeannette Walbrun auf das Kreieren neuer Rezepte oder aber auch auf Inspirationen für den Thekenaufbau. „Außerdem schätze ich es, dass hier eine Atmosphäre herrscht, in der echte Freundschaften entstehen.“



UNSERE REGIONALEN PARTNER!



WEINGUT
STICH



Ein echtes Regional!

Teilnahmekarten
im Markt erhältlich.

Wir gratulieren
dem Frischecenter Trabold zum
60-jährigen Jubiläum.



Sondergewinnspiel:

Brau dein eigenes Bier!

Wir verlosen 3 x 6 Tickets zum
Bierbrauen in unserer Brauwerkstatt.
Einfach Gewinnspielkarte im Markt
ausfüllen und einwerfen.

Immer eine frische Idee!



**WIR GRATULIEREN
HERZLICH ZUM
60. FIRMIENJUBILÄUM!**



**UNSER LEBEN.
UNSER WASSER.**



**FISCHZUCHT
MÜLLER**

Frankenmehl



Häfner Fleisch & Wurst
Ehrlich. Deftig. Fränkisch.

HULLER
DAS WENGUT

Main | Schmecker




FRANKEN-GUT
Feischwaren GmbH

HÖFLING 
WEINGUT

Maintal-Kresse
ELMAR GIMPERLEIN



Tress

Zum 60. Firmenjubiläum
gratulieren wir recht herzlich.

Vielen Dank für die gute Zusammenarbeit!



Franz Tress GmbH & Co. KG · oma@tress.de · www.tress.de

DIVINO

FRANKENS FEINE WEINE

WWW.DIVINO-WEIN.DE

GWF

**MEINE HEIMAT.
MEIN FRANKENWEIN.
MEINE GWF.**

Alles Gute zu 60 Jahren
Frischemärkte Trabold.
Winzergemeinschaft Franken eG



*Herzlichen Glückwunsch zum
60jährigen Jubiläum.*

Bayla
WÜRZBURG

Natürlich -
Fruchtsäfte
von Bayla

*Herzlichen Dank für die lange und gute Zusammenarbeit
und das damit erwiesene Vertrauen.*

Bayla Fruchteverwertung Franz G. Brendle GmbH & Co.KG * Delpstr.11* 97084 Würzburg

Ein Prost auf 60 Jahre Frischemärkte Trabold!

Brautradition
zu Würzburg
seit 1643

**Würzburger
Hofbräu**



J. OPPMANN
SEKT ALS BESTEM HAAR.

Zum 60. Jubiläum gratulieren wir den Frischemärkten Trabold
herzlich und bedanken uns für die langjährige Partnerschaft

Sektkellerei J. Oppmann AG · Im Krietz 3 · 97076 Würzburg · info@oppmann.de · www.oppmann.de



ENDRES 

ALLES GUTE
ZUM GEBURTSTAG
WÜNSCHEN DIE
VERRÜCKTEN HÜHNER
VON ENDRES-EI



Impressum Auflage: 60.000 Exemplare

Herausgeber (v.i.S.d.P.):
Frischemärkte Trabold
Marco Trabold e.K.
Zentralverwaltung
Würzburger Straße 100
97225 Zellingen

Telefon: (093 64) 25 59
E-Mail: mail@trabold-markt.de
www.trabold-markt.de

Objektleitung/Druck:
ProExakt GmbH
Bahnhofstraße 17
38170 Schöppenstedt

Tel.: (0 53 32) 96 86-54
Fax: (0 53 32) 96 86-58
E-Mail: marktzeitung@proexakt.de
www.proexakt.deValica nostrus

Redaktionsleitung:
Mirko Uhde
E-Mail: m-uhde@proexakt.de
Tel.: (0 53 32) 96 86-489

Gestaltung und Anzeigensatz:
Sabrina Nessau-Bergmann
E-Mail: info@proexakt.de
Tel.: (0 53 32) 96 86-484

Das geistige Eigentum in Wort, Bild, Idee und Design liegt, soweit nicht anders angegeben, bei der ProExakt GmbH. Alle gestalteten Anzeigen sind ebenfalls urheberrechtlich geschützt. Nutzung und Nachdruck sind nur mit schriftlicher Genehmigung der ProExakt GmbH gestattet. Angaben zu Terminen etc. sind ohne Gewähr. Bei dem Projekt Marktzeitung mit einer Gesamtauflage von zurzeit 6 000 000 Exemplaren handelt es sich um ein marktbezogenes individuelles Printprodukt für selbstständige EDEKA-Kaufleute.