



INHALT JUNI 2012

Ausgabe Nr. 41 - Jahrgang 22



VERTRIEBSARBEIT

- Neueröffnung UM'S ECK Mein Kauftreff in Grafenberg.....4
- Neueröffnung UM'S ECK Müller in Tomerdingen.....5
- Neueröffnung Dorfladen in Niedersonthofen.....6
- Neueröffnung Weiler Dorfladen.....7
- Neueröffnung Geiger's Dorfladen in Kleinkötz.....8
- Neueröffnung Dorfladen LaVie in Machtolsheim.....9
- Neueröffnung Landbäckerei Walliser in Burgberg.....10
- Umbau UM'S ECK Ebensperger in Jesingen.....11
- Umstellung Ran-Station Stocker in Donaueschingen.....12
- Umbau Allguth Station Unfried in Germering.....15
- Umbau ARAL Station Baumgartner in München.....16
- Umbau Euro-Rastpark Schuster in Scheppach.....17
- Betreiberwechsel Ran-Station Gröner in Blaustein.....17

KUNDEN - JUBILÄEN

- 115 Jahre UM'S ECK Bystron in Zang.....18

PRESEBERICHTE

- Shop des Jahres 2011 - Dorfladen Heising.....20/21
- Merkur online - Dorfladen Paunzhausen ist „hervorragend!“.....22
- Augsburger Allgemeine - Nahversorgung in Augsburg.....23
- Lebensmittel Praxis - Frühjahrsmesse bei Utz.....24/25
- Augsburger Allgemeine - Dorfladen Hurlach - Einmalige Chance genutzt.....25
- Gewinner MCS-Highlight-Preiswettbewerb.....26
- Tankstellenmarkt - Ein starker Partner für das Shopgeschäft - MCS.....26/27



UTZ - INTERN

- IFS Zertifizierung.....28
- Weideglück-Aktion der Utz Filiale.....29

UTZ - MESSE

- Dankeschön Frühjahrsmesse 2012.....30
- Messerückblick.....31



EDITORIAL UTZ AKTUELL

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Geschäftsfreunde,



durch meinen Arbeitsplatz im Kundenservice habe ich täglich mit den verschiedensten Menschen Kontakt.

Letztens sagte eine Kundin zu mir: „Wissen Sie, der Mensch ist ein Gewohnheitstier...“ Diese Aussage brachte mich zum Nachdenken und ich fand im Duden folgende Bedeutung dazu: „Gewohnheit: durch häufige und stete Wiederholung selbstverständlich gewordene Handlung, Haltung, Eigenheit; etwas oft nur noch mechanisch oder unbewusst Ausgeführtes“.

In unserer alltäglichen Arbeit und unserem Umfeld wird vieles zur Gewohnheit; man macht es so, weil man es immer schon so gemacht hat. Aber ist dies auch immer von Vorteil?

Vielleicht sollten wir solche Selbstverständlichkeiten mal kritisch unter die Lupe nehmen und diese versuchen als Außenstehender zu betrachten. Wenn ich als Kunde in ein Geschäft komme, das schon seit vielen Jahren gleich aussieht, gleich aufgebaut ist und es immer die gleichen Artikel gibt, mag das für manche Menschen ausreichen, aber seien wir doch mal ehrlich: Wer von uns ist nicht neugierig auf neue Produkte oder sieht gerne mal etwas anderes? Von den anderen abzuheben, das ist die Kunst; einfach mal nicht gewöhnlich sein und die Kunden langfristig ins Geschäft holen.

Wie können Sie frischen Wind in Ihr Geschäft bringen? Wie wäre es mit einer Renovierung oder einem neuen Anstrich, einer Probieraktion, einem Sonderaufbau oder einer Sonderaktion vor dem Shop? Gerne hilft Ihnen unser Außendienst bei der Umsetzung solcher Neuerungen, sprechen Sie uns einfach darauf an.

Lassen Sie sich doch mal inspirieren von den Beispielen in diesem Utz Aktuell oder schauen Sie sich die „Endprodukte“ doch mal in echt an.

Eine Gewohnheit kann man nicht einfach zum Fenster hinauswerfen; man muss sie Stufe für Stufe die Treppe hinunterlocken. (Mark Twain)

Aus Ochsenhausen grüßt Sie herzlich

Sarah Eibofner - Kundenservice -



IMPRESSUM:

Eigentümer, Herausgeber und Verleger:

Utz GmbH & Co. KG
Kolpingstraße 40
88416 Ochsenhausen

Tel.: 0 73 52 / 92 02- 0
Fax: 0 73 52 / 92 02- 99

E-Mail: info@utz-lebensmittel.de
Internet: www.utz-lebensmittel.de

Redaktion:
Sarah Eibofner

Gestaltung & Druck:
www.singer-media.com



UM'S ECK MEIN KAUF TREFF

Neueröffnung in Grafenberg

Grafenberger Bürger haben in Zukunft die Möglichkeit, für ihren täglichen Bedarf direkt im Ort einzukaufen. Denn aus dem ehemaligen „Neukauf“ ist nach einer zweieinhalbwöchigen Umbauphase der „Um's Eck – Mein Kauftreff“ geworden. Eröffnung war am Donnerstag, 19. Januar, um 9 Uhr. Neu sind nicht nur der Name und die Gestaltung, sondern auch die Lieferanten und die Geschäftsleitung, die Marion Golob übernommen hat.

Fast nichts ist so wie vorher, denn sie hat den Laden komplett umgebaut. Nur Zeitschriften sind am alten Platz geblieben und die Lotto/Toto-Annahmestelle in neuem Erscheinungsbild. Die Poststelle ist zwar weiterhin vorne im Blickpunkt, aber etwas abgeschirmt, in eine ruhigere Ecke gerückt – als Eckpunkt der neuen Bedienzzone.

Backwaren vom Bäckerhaus Veit und Käse gibt es jetzt gleich vorne rechts im Laden, wo auch eine Sitzgelegenheit entstanden ist für ein Schwätzchen der Bürger miteinander bei Kaffee und Kuchen. Eine repräsentative Obst- und Gemüsebar wird täglich vom Fruchthof Nagel frisch beliefert. Der „Um's Eck – Mein Kauftreff“ ist ein so genannter Lebensmittel-Vollsortimenter mit allem, was zum täglichen Leben benötigt wird – von Frischwaren bis hin zu Tiefkühlprodukten.

Grundnahrungsmittel gibt es ebenso wie Eier und Getränke, außerdem natürlich auch Waschmittel und Hygieneartikel beispielsweise. Die Kunden können in dem neuen Laden an altem Platz auf Entdeckungstour gehen und finden dabei viele besondere Angebote zur Eröffnung. Später soll es ebenfalls regelmäßig Sonderangebote geben.

Einige der bisherigen Mitarbeiter hat Marion Golob in ihr Verkaufsteam übernommen, das hochmotiviert an den Neustart geht. Mit der Neueröffnung, zu der alle Bürger eingeladen waren, ist die Nahversorgung in Grafenberg weiterhin gesichert, so dass niemand weit fahren muss, um Lebensmittel und Dinge des täglichen Bedarfs einzukaufen. Es gibt sogar Wolle und Kehrbesen als Sortimentsergänzung. Niedrige Regale erlauben eine Anordnung der Waren in praktischer Griffhöhe und bieten Übersichtlichkeit.

Wir wünschen Frau Golob viel Erfolg und Freude mit ihrem neuen Um's Eck Geschäft.



Im neuen Laden gibt es feine Backwaren für Groß und Klein.



Die große Auswahl an Obst und Gemüse lässt keine Wünsche offen.



Marion Golob (links, mit Bezirks-Verkaufsleiter Rainer Jaeckel) freut sich mit Tochter Jessica (hinten Mitte) und dem Um's Eck-Team über die gelungene Umbauaktion.



Auch von außen ein Hingucker.

UM'S ECK MÜLLER

Neueröffnung in Tomerdingen

Wie in den vergangenen gut zwei Jahrzehnten öffnete Bernd Müller auch am Freitag 18. Mai 2012 sein Geschäft um 6.45 Uhr, um Backwaren, die Zeitung, Lebensmittel und Getränke zu verkaufen. Trotzdem ist das für den Einzelhändler ein besonderer Tag: der erste Verkaufstag in den neuen Räumen in der Neuen Straße in Tomerdingen.

In dem Dornstadter Teilort hat der 45-Jährige schon vor 21 Jahren einen Laden eröffnet, sozusagen als Filiale des Stammhauses in Bad Ditzgenbach. Insgesamt fünf kleine Lebensmittelgeschäfte habe er einmal betrieben, aber dann einen nach dem anderen wieder schließen müssen. Nur den in der Kirchgasse in Tomerdingen hat Müller behalten. Hier sei er „einfach hängen geblieben“ und inzwischen längst heimisch geworden. Wie sein Geschäft mit nicht einmal 100 Quadratmetern Verkaufsfläche überlebt hat? „Mit Sechs-Tage-Woche und wenig Personal.“ Mit Blick auf seinen bisherigen Dorfladen muss Müller aber auch zugeben: „Er war nicht mehr zeitgemäß.“

In einer von Grund auf sanierten ehemaligen Scheune hat der Händler jetzt doppelt so viel Platz wie bisher und kann alle etwa 800 Artikel auf einer Ebene anbieten. Diese wurden unter Mithilfe der Utz Vertriebsmannschaft eingeräumt und fachgerecht platziert. Für die Kunden sei der Einkauf bequemer, ferner habe er zum Beispiel sein Getränke-Sortiment erweitert. Mehr Platz im Laden ermögliche zudem größere Einkaufsmengen und günstigere Preise, sagt Bernd Müller. So könne er, gerade was Getränke betrifft, „mit den Großen mithalten“.

Sein Sortiment bezieht der Kaufmann in erster Linie vom Großhändler Utz in Ochsenhausen. Bis vor wenigen Jahren habe er noch zu den selbstständigen Einzelhändlern im Edeka-Verbund gehört. Doch der Tomerdingener Lebensmittelhändler blickt nicht zurück, sondern nach vorne. Etwa 80 000 Euro habe er in die Einrichtung seines neuen Geschäfts investiert und müsse dort auch mehr Pacht bezahlen als bisher. Müller ist aber zuversichtlich, dass sein „breiter Spagat“ gelingen, sich die Investitionen lohnen werden. Das liegt an den Kunden. Die Leute achteten wieder mehr auf Qualität und Herkunft der Produkte und wüssten den örtlichen Nahversorger mit breitem regionalem Sortiment zu schätzen, meint Müller.

Außer den regionalen Produkten schätzten die Kunden die persönliche Atmosphäre des Dorfladens. „Das ist auch ein sozialer Treffpunkt hier“, sagt Müller. Während an der Kasse beim Discounter Gedränge und Unge-

duld vorherrschten, sei ihm Freundlichkeit besonders wichtig. Dazu gehöre, dass auch mal der Einkaufskorb zum Auto getragen werde, zudem biete er einen Lieferservice an. Das ist Aufgabe des jungen Mannes, den Müller seit etwa vier Jahren als einzige Vollzeitkraft beschäftigt, und der von sich selber sagt, er fühle sich bei der Arbeit ausgesprochen wohl: „Bei Aldi würde ich untergehen.“ Dann lieber mit dem Chef früh aufstehen und Brötchen aus der Backstube des Bäckers aus der Nachbarschaft verkaufen. Das macht Bernd Müller von jetzt an auch sonntags. Denn dem überzeugten Dorfladenbetreiber ist klar, wenn sich die Konsumgewohnheiten ändern, muss der Händler auf den Wandel reagieren. „Jammern bringt nichts.“

Wir wünschen Herrn Müller mit seinem Team alles Gute und viel Erfolg für die Zukunft.



Mehr Platz und Übersichtlichkeit wurde durch den Umzug in neue Räume erreicht.



Bernd Müller (Mitte), seine Frau Ann und Verkaufsberater Bernhard Fiderer.



Am Eröffnungstag lockten interessante Angebote in den Laden.



Ein Hingucker - die gut gefüllte Obstinsel.

DORFLADEN NIEDERSONT-HOFEN

Neueröffnung

Die Freude ist groß. Die Leute prosteten sich vor dem Dorfladen Niedersonthofen zu. So viele sind zur Eröffnung am 15.03.12 gekommen, dass sie innen wohl gar nicht alle Platz haben, schließlich stehen nur 80 Quadratmeter Verkaufsfläche zur Verfügung. „Heute ist ein Tag zum Jubilieren“, ruft Hermann Siegel aus, einer von drei Geschäftsführern der Dorfladen UG. „Das Wir-Gefühl in Niedersonthofen ist neu erwacht.“

Rückblende. Vor knapp zwei Jahren macht der Landladen Sandholz in Niedersonthofen zu. Der Grund: Immer weniger Einheimische kauften in dem kleinen Geschäft ein. An gleicher Stelle wurde nun der Dorfladen Niedersonthofen eröffnet. Kann das gut gehen? „Ja, das ist ein Gemeinschaftsprojekt, nur so kann man heute erfolgreich sein“, meint Geschäftsführer Siegel. Er ist hauptberuflich Studiendirektor an der Berufsschule Immenstadt und überzeugt davon. „Wenn ein Laden vor Ort viel bietet, dann kaufen die Leute dort auch ein.“

225 stille Teilhaber investierten in den Dorfladen Niedersonthofen, zeichneten Anteile von mindestens einmal 180 Euro. Steffi Hoffmann (46) ist eine davon. Sie wohnt seit zwei Jahren in der Nähe von Eckarts. „Ich war jahrelang aufs Auto angewiesen, um zum Einkaufen zu kommen.“ Solch ein Laden vor Ort sei der pure Luxus. „Da kann ich zu Fuß hingehen und bekomme alles, das ist super.“ Auch sei der Laden ein sozialer Mittelpunkt. „Da trifft man sich.“

Nessler, Siegel und Hübner stehen viele Helfer zur Seite. 1.500 Stunden haben 40 Männer und Frauen ehrenamtlich gearbeitet, damit der Dorfladen eröffnet werden konnte. Fachmännisch unterstützt wurde das Dorfladenteam von Verkaufsberater Richard Schweiger vom Lebensmittel Großhändler Utz aus Ochsenhausen. „Die fünf Teilzeitarbeitskräfte im Dorfladen können zu Fuß zur Arbeit kommen“, fügt Nessler an. Und Siegel ergänzt: „Unser Ziel im Dorfladen ist es, viele regionale Produkte in hoher Qualität bei günstigen Preisen anzubieten.“

40.000 Euro wurden in die Eröffnung des Dorfladens gesteckt. Es herrscht Hochbetrieb am Eröffnungstag. Die ersten Kundinnen bekommen einen Frühlingsblumenstrauß geschenkt, beispielsweise Hilde Feit aus Rieggis. „Der Laden hier ist super für alle. Da werde ich öfter einkaufen.“ Mit einer vollbepackten Tasche macht sie sich auf den Weg zu ihrem Auto.

Für die Zukunft wünschen wir dem Dorfladenteam alles erdenklich Gute.



Das Verkaufsteam mit den Geschäftsführern Peter Nessler (links), Hermann Siegel (rechts vorne) und Kurt Hübner (rechts hinten).



Das Obst- und Gemüseregal macht Lust auf Vitamine.



An der Eröffnung herrschte reger Andrang.



Auf Regionalität wird großen Wert gelegt.

DORFLADEN WEILER

Neueröffnung

„Heute ist ein kleiner Traum in Erfüllung gegangen“, sagt Simone Wendl anlässlich der Eröffnung des „Weiler Dorfladens“. Mitten im Dorf, unterhalb der Pfarrkirche St. Mauritius, in der Ringstraße 7, hat Simone Wendl mithilfe von Familie und Freunden den ehemaligen Verkaufsraum einer Bäckerei zum ersten Weiler Dorfladen umgebaut.

Seit dem 23.02.2012 präsentiert sie im lichtdurchfluteten Lebensmittelladen ein umfangreiches Sortiment mit über 500 verschiedenen Artikeln, die für den täglichen Bedarf keine Wünsche offen lassen. Ergänzt wird das Grundsortiment mit Milchprodukten.

Entstanden ist die Idee eines Dorfladens aus den eigenen Erfahrungen der zweifachen Mutter Simone Wendl. Wegen jedem Einkauf müsse man in die Stadt fahren. „Ich habe mir immer gewünscht, meine Familie bequem im Dorf versorgen zu können“, so Wendl. So sei der Gedanke gereift, einen Lebensmittelladen zu eröffnen, um wieder eine Einkaufsmöglichkeit im Dorf zu schaffen.

Wir wünschen Familie Wendl viel Erfolg und für die Zukunft alles Gute!



Die stolzen Besitzer Markus und Simone Wendl mit Verkaufsberater Richard Schweiger (rechts) vor dem neuen Dorfladen.



Von Wurstwaren bis Obst umfasst das Sortiment alles für den täglichen Bedarf.



Auch die Weiler Einwohner freuen sich über die neue Möglichkeit der Grundversorgung.



Frau Wendl in der Kassenzone.

GEIGER'S DORFLADEN

Neueröffnung in Kleinkötz

Seit dem 10. Januar 2012 sorgt Geiger's Dorfladen dafür, dass in Kleinkötz die Versorgung der Bewohner mit Grundnahrungsmitteln gesichert ist. Martin Geiger hatte den bestehenden Lebensmitteladen (vormals „Ihre Kette“) an der Hauptstraße übernommen und innerhalb einer Woche renoviert und neu eröffnet.

Auf 32 Quadratmetern bietet Geiger's Dorfladen ein umfangreiches Grundsortiment an Artikeln, die vom Lebensmittelgroßhändler Utz in Ochsenhausen geliefert werden. Kartoffeln und Honig bezieht Martin Geiger von regionalen Erzeugern. Die frischen Eier und das stattliche Nudelsortiment stammen aus eigener Produktion. Täglich frisches Brot und Semmeln sowie leckere süße Stückle liefern die Bäckereien Weindl und Seif. In Geiger's Dorfladen gibt es natürlich auch Wurstwaren und eine heiße Theke, wo warmer Leberkäse, Braten oder Fleischküchle auf hungrige Kunden warten.

In den Laden ist auch ein kleines Stehcafé integriert. Hier können die Kunden einen aromatischen Kaffee, Cappuccino oder Latte Macchiato genießen und sich dazu Apfeltasche, Nusshörnle oder einen saftigen Krapfen schmecken lassen.

Frühaufsteher oder Schichtarbeiter haben bereits ab 5 Uhr morgens die Möglichkeit, sich hier ihr Frühstück zu holen oder gleich im Stehcafé einzunehmen; denn die beiden Verkäuferinnen Silvia Kreis und Brigitte Tamm stehen von Montags bis Samstags täglich ab 5 Uhr für ihre Kundschaft bereit. Geöffnet ist Geiger's Dorfladen dann bis 13 Uhr.

Für Martin Geiger ist sein Dorfladen eines von drei Standbeinen. Auf seinem Hühnerhof in Kötz hält er 15.000 Hühner für die Eierproduktion. Das fleißige Federvieh wird mit hochwertigem Futter aus eigener Herstellung gefüttert. Martin Geiger beliefert Großhändler und Lebensmittel-Läden. Im Wohnhaus ist außerdem eine professionelle Nudelproduktion untergebracht – hier werden wöchentlich rund 100 Kilo verschiedenster Teigwaren hergestellt. Die Qualität der hausgemachten Nudeln erkennt man allein schon an der satten gelben Farbe. Bisher betrieben Martin Geiger und seine Frau Gloria einen kleinen Hofladen im Wohngebäude, um die Eier und Nudeln aus Eigenproduktion zu verkaufen. Mit der Eröffnung seines Dorfladens konnte sich das Ehepaar nun den Wunsch nach einem „richtigen“ Geschäft erfüllen, das zentral und verkehrsgünstig gelegen ist. Und mit Silvia Kreis und Brigitte Tamm hat Martin Geiger bekannte Gesichter als Ansprechpartner für seine Kunden engagiert; denn beide waren auch bereits im vorherigen Laden beschäftigt. Vor dem Haus stehen vier Kundenparkplätze zur Verfügung.

Wir wünschen der Familie Geiger alles Gute und viel Erfolg mit ihrem neuen Dorfladen.



Martin Geiger, seine Frau Gloria und die Töchterchen Lena (links) und Anna freuen sich über den schönen Laden.



Familie Geiger (rechts) und das Verkaufsteam
Fotos: Petra Kruhl.



Mit Brigitte Tamm (links) und Silvia Kreis begegnen den Kunden freundliche und bekannte Gesichter.

DORFLADEN & BISTRO

„LAVIE“ Neueröffnung in Machtolsheim

In den vergangenen Wochen haben der Seißener Architekt Daniel Rößle und Wolfgang Ebert die Idee eines Vor-Ort-Nahversorgers für die Machtolsheimer mit der tatkräftigen Unterstützung von Marcus Dittrich umgesetzt. Große bunte Bilder in den oberen Fenstern verraten schon, auf was sich die Besucher seit dem 22.03.2012 freuen können: frisches Obst und Gemüse, edle Weine, kühle Getränke, kräftiger Kaffee und frische Backwaren.

Im Garten plant Wolfgang Ebert eine kleine Bühne als Plattform für kulturelle Veranstaltungen.

Den Namen „LaVie“ hat Rosemarie Salzmann, die gute Seele des Dorflädle und des Bistros, eher durch Zufall entwickelt. „Der Name ‚Wäschefabrik‘ sollte auf jeden Fall bestehen bleiben“, erklärt die Betriebsleiterin und Meisterin der Hauswirtschaft. „LaVie“ ist vom französischen „C'est la vie“ abgeleitet und soll aussagen, dass das Leben viele Zufälle birgt, die dann immer wieder etwas Neues, Gutes bringen. Eher durch Zufall hat sie erfahren, dass für das zukünftige Bistro eine Fachkraft gesucht werde. So hat sie sich spontan bei Wolfgang Ebert vorgestellt, der sie sofort als geeignete Betriebsleiterin erkannt hat, denn er weiß, dass das Bistro und das Dorflädle mit der verantwortlichen Person stehen und fallen kann. „C'est la vie“, schmunzelte Rosemarie Salzmann. Unterstützt wird sie von Angelika Stix, Nadine Graser, Katja Kaiser und Cornelia Schneider.

Das Dorflädle ist klug sortiert und bietet alle Produkte für den täglichen Bedarf. Im Frühstückssregal findet der Kunde alle notwendigen Zutaten von der Milch über Kakaopulver, Brotaufstriche und Frühstücks-Cerealien. Doch auch Konserven, Drogerieartikel und Waschpulver sind hier erhältlich. Diese Sortimente liefert die Lebensmittelgroßhandlung Utz aus Ochsenhausen, mit deren Unterstützung, hauptsächlich durch Verkaufsberater Bernhard Fiderer, das Dorflädle auch eingeräumt wurde. Obst und Gemüse ist regional und saisonal soweit möglich im Angebot. „Landwirtin Christina Huober beliefert das Dorflädle mit frischem Gemüse aus eigenem Anbau“, sagt Rosemarie Salzmann. „Was nicht auf der Alb wächst, kaufen wir.“

In der Backtheke findet der Kunde ab 6.30 Uhr selbstgebackene Waren, die durch Produkte eines regionalen Bäckers ergänzt werden. Ein weiterer Schwerpunkt ist das Angebot an Weinen aus der Toskana und dem Kraichgau. „Wir wollen den Kunden auf den Geschmack bringen, was einen guten Wein ausmacht“, beschreibt Rosemarie Salzmann.

Wir wünschen dem Team von LaVie alles Gute und viel Spaß am Verkauf.



Die edlen Weine werden besonders hervorgehoben.



Verkaufsberater Bernhard Fiderer gratuliert Rosemarie Salzmann zur Eröffnung.



Der Verkaufsraum – ein Hingucker.



Das Bistro im Freien lockt Kunden an.

LANDBÄCKEREI WALLISER

Neueröffnung in Burgberg

Die in Sontheim a.d. Brenz ansässige Bäckerei Walliser führt in Burgberg bei Giengen a.d. Brenz eine Bäckerei-Filiale.

Als vor ein paar Wochen der letzte kleine Laden in dem 1.800 Einwohner-Dorf schloss, entschied sich das Ehepaar Walliser, in ihrem Laden zusätzlich ein Lebensmittel- und Frische-Grundsortiment mit anzubieten.

Mit dem Know-How des Kleinflächenspezialisten Utz bestückten der Verkaufsleiter Albert Schilling und die Verkaufsberaterin Evelyn Kibler die Regale. Dabei trafen sie schon beim ersten Kunden auf viel Begeisterung.

Wir wünschen Familie Walliser viel Erfolg!



Die Deckenbeleuchtung verleiht dem Laden eine gemütliche Atmosphäre.



Planung ■ Herstellung ■ Montage

LIGNEUS 
Inneneinrichtung Ladenbau
Building your vision

Einrichtungen für:

- Lebensmittelmärkte
- Dorfläden
- Convenience-Stores
- Campingplatzläden
- Bäckereien

Ihr Kontakt:

Jörg Hoffmann
0151-14558926
jhoffmann@ligneus.de
www.ligneus.de

UM'S ECK EBENSPERGER

Umbau in Jesingen



v.l.n.r.: Martin Ebensperger, Bezirksverkaufsleiter Rainer Jaeckel, Sascha Ebensperger.

Die Familie Ebensperger betreibt seit 1863 nunmehr in der 5. Generation einen Gasthof und Metzgerei in Jesingen bei Kirchheim/Teck.

Bis zum Jahre 1992 war das neue Um's Eck Geschäft ein Lebensmittel-Laden, welcher aus Altersgründen aufgegeben wurde. Von 1992 bis 2011 befand sich ein Schreibwarengeschäft in den Räumlichkeiten.

Da es in Jesingen kein Lebensmittelgeschäft mehr gab, entschlossen sich Martin und Sascha Ebensperger am 11.07.2011 das Geschäft zu übernehmen. Gemeinsam mit unserem Bezirks-Verkaufsleiter Rainer Jaeckel wurde der Laden auf Um's Eck umgestellt.

Am 18. April 2012 war es endlich soweit. Der neu gestaltete Um's Eck Markt eröffnete seine Pforten.

Die Einwohner von Jesingen freuen sich, dass sie nun wieder ihren Einkauf im Ort tätigen können. Milch, Molkereiprodukte sowie Obst und Gemüse, Tiefkühlkost und das gesamte Food- und Non-Food-Sortiment runden das seitherige Angebot ab.

Sascha Ebensperger ist wie sein Bruder gelernter Fleischermeister und leitet nun den neuen Um's Eck Markt.

Wir wünschen den Brüdern Ebensperger gute Umsätze und viel Freude mit ihrem neuen Um's Eck Markt.



Die einladende Außenfront.



Obst und Gemüse täglich frisch.

RAN-STATION DONAUESCHINGEN

Umstellung von TOTAL auf RAN

Am 23. März 2012 eröffnete in Donaueschingen eine neue Ran-Station unter der Leitung von Harry Stocker. Die ehemalige Total-Station wurde auf Ran-Südramol umgefloggt. Die Utz-Vertriebsmannschaft um Verkaufsleiter Albert Schilling hat den kleinen aber feinen Shop mit dem aktuellen Shop-Sortiment fachgerecht bestückt.

Wir wünschen Herrn Stocker und seinem Team weiterhin Freude und gute Umsätze!



Der Shop von außen.



Ein Blick in den Verkaufsraum.



Die neue Ran-Station in Donaueschingen.

NEUE PARTNER im Einzelhandel

Im 1. Halbjahr 2012 wurde unsere Gruppe durch den Zugang von zahlreichen Kunden weiter gestärkt.

Wir heißen unsere Geschäftsfreunde an dieser Stelle nochmals herzlich willkommen und freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit!





UMBAU & ERWEITERUNG

Wann dürfen wir Ihr Geschäft neu gestalten?



Erfolgreiche Standort-sicherung durch:

- Modernisierung
- Ladenumbau
- Erweiterung

Auch für Ihren Betrieb finden wir eine kostengünstige Lösung. Sprechen Sie mit Ihrem Verkaufsberater, wir beraten Sie kompetent.



Erleben Sie ein feines Stück Oberschwaben!

Seit 80 Jahren produziert das Familienunternehmen Buck mit Sitz in Mengen-Ennetach im schönen Oberschwaben feinste Nudelspezialitäten nach traditionellen Rezepturen. So verwenden wir für alle unsere Produkte ausschließlich besten Hartweizengrieß, täglich im eigenen Betrieb frisch aufgeschlagene Hühnereier der Güteklasse A aus kontrollierter alternativer Bodenhaltung sowie frisches, glasklares Wasser aus dem hauseigenen Brunnen. Die schonende Herstellung aller Nudeln aus dem Hause Buck sowie die erlesenen und naturbelassenen Zutaten ohne färbende und konservierende Zu-

satzstoffe garantieren höchsten Nudelgenuss. Für die Nudelproduktion nutzen wir die Energie aus heimischer natürlicher Wasserkraft. Machen auch Sie einen Ausflug zum **Gaggi NudelHaus** - direkt am Gaggi Werk - und tauchen Sie ein in die Markenwelt von Buck. Erleben Sie bei einer Führung durch die Nudelproduktion die Herstellung Ihrer Lieblingsnudel vom Eieraufschlag, über die Produktion bis hin zur Verpackung hautnah. **Öffnungszeiten:** Mo-Fr 9-13 Uhr u. 14-18 Uhr; Sa 9-13 Uhr; **Führungen** nach Voranmeldung.



Nudelspezialitäten aus Oberschwaben



Mühlstraße 8-10, 88512 Mengen-Ennetach, Tel: 07572/759440, Fax: 07572/7595940
Mail: info@gaggi-nudelhaus.de, Internet: www.gaggi-nudelhaus.de

VERTRIEBSARBEIT



ALLGUTH TANKSTELLE UNFRIED Umbau in Germering

Gemeinsam mit den ALLGUTH-Partnern wurde im Mai die Tankstelle Unfried in Germering von der Utz-Vertriebsmannschaft auf das neu erarbeitete Shop-Konzept umgebaut.

Mit einer neuen Kassenzone und den ALLGUTH-typischen Verkaufsgondeln erscheint der Shop in neuem Glanz. Das modulare Konzept zeigt beim Kunden positive Wirkung und macht sich auch in der Umsatzentwicklung deutlich bemerkbar.

Die Firma Utz wünscht Herrn Unfried mit seiner neu gestalteten Station viel Erfolg und weiterhin steigende Umsätze.



Stolzer Tankstellenbesitzer: Wolfgang Unfried.



Viel Platz macht eine optimale Waren-Präsentation möglich.



Von Außen und von...



...innen ein Vorzeigemodell eines modernen Tankstellenshops.

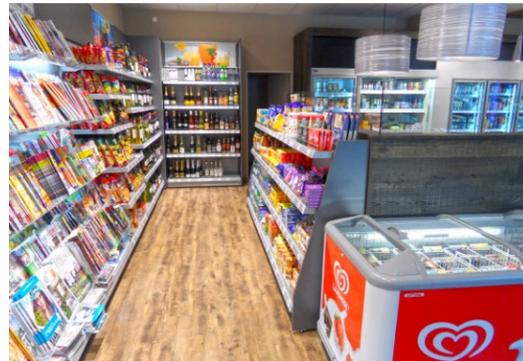
ARAL-TANKSTELLE BAUMGARTNER Umbau in München

Vor kurzem wurde der Shop von Bernhard und Ute Baumgartner mit einer neuen Einrichtung zum Vorzeigeprojekt verwandelt und erfüllt nun die Ansprüche moderner Konsumenten jeder Altersgruppe.

Eine gemütliche Sitzlounge, die zu einer Genießerpause einlädt, wurde neu in den Shop integriert.

Das Utz-Team war der Familie Baumgartner bei der fachgerechten Platzierung der Waren mit Rat und Tat behilflich. So ist ein übersichtlicher, modern ausgestatteter und freundlicher Tankstellenshop entstanden, der durch seine klare Gliederung und Präsentation der verkaufstarken Warengruppen besticht.

Wir gratulieren der Familie Baumgartner zu ihrem Mut für die Investition und zum gelungenen Umbau.



Moderne Regale prägen das neue Bild.



Perfekt präsentierte Ware.



In der edlen Sitzlounge macht man gerne Pause.



Die gutbestückte Kassenzone regt zum Kauf an.



Das neue Kühlregal ist ein absoluter Hingucker.



Ute Baumgartner an der Kasse.

EURO-RASTPLATZ SCHUSTER Umbau in Scheppach

Unser langjähriger Kunde Euro-Rastpark Schuster renovierte und baute den Shop im Frühjahr grundlegend um.

Wir gratulieren zu diesem gelungenen Objekt und wünschen auch weiterhin viel Erfolg!



Frau Schuster jun. präsentiert ihre Ware passend zur EM mit Deutschland-Flaggen.



Die übersichtlich gestalteten Regale geben ein schönes Bild ab.



Die gutgefüllte Kassenzone lässt Kundenherzen höher schlagen.



Bei dem breiten Angebot an Süßwaren ist für jede Naschkatze etwas dabei.

RAN-STATION BLAUSTEIN Betreiberwechsel

Am 01. März 2012 übernahm Ute Gröner die herausfordernde Aufgabe als Betreiberin der großen Ran-Station in Blaustein.

Die engagierte Pächterin ging die einzelnen Aufgabenfelder mit Unterstützung des Utz-Vertriebsteams unter Anleitung von Verkaufsleiter Albert Schilling behertzt an und konnte bereits viele Dinge in die richtige Richtung anschieben.

Wir wünschen Frau Gröner weiterhin viel Motivation und Begeisterung sowie gute und ertragreiche Umsätze.



Frau Gröner (mitte) und die Verkäuferinnen Frau Blankenheim (links) und Frau Maier (rechts).



Das Kühlregal scheint schier endlos zu sein.



Die Ware wird ansprechend präsentiert.



Die geordnete Kassenzone.

115 JAHRE UM'S ECK BYSTRON

Jubiläum in Zang



Tradition in vierter Generation: 1987 haben Sylvia und Martin Bystron das kleine Lebensmittelgeschäft übernommen.

Fotos: Oliver Vogel und privat

14 Uhr. Eigentlich ist noch eine halbe Stunde Mittagspause. Das sagt zumindest das Schild mit den Öffnungszeiten. Dennoch stehen vor dem Laden ein ungeklärter Drehständer mit Pflanzen- und Gemüsesamen und ein Güterwagen mit Grillkohle und Blumenerde. Beim Tritt vor die Automatiktür bleibt diese regungslos. Also doch Mittagspause. Und die Waren wurden vor der Tür vergessen? „Nein, die lassen wir immer draußen. Da kommt nichts weg“, sagt Sylvia Bystron und winkt lachend ab. „Hier sind alle ehrlich.“

In Zang macht nicht einmal die beste Gelegenheit Diebe? Das klingt nach einem längst vergangenen Idyll. Das Ehepaar Bystron, Inhaber des Lebensmittel- und Getränkemarktes Bystron, ist sich seiner Sache jedenfalls sicher. Und eigentlich – wer sollte die Zanger Mentalität besser beurteilen können als sie? Ihren kleinen Laden gibt es seit 115 Jahren. Immer an derselben Stelle, seit vier Generationen in Familienhand.

Damit ist der kleine Laden in der Weikersbergstraße ein Stück Heimat, ein Stück Zang. Das scheinen auch die Kunden so zu sehen. „Wir haben 90 Prozent Stammkundschaft“, sagt Sylvia Bystron. Und die scheinen äußerst treu zu sein. „Als Kind haben manche schon von Martins Oma Bonbons aus dem Glas bekommen, später haben sie die Hering vom Fass bei ihr gekauft und jetzt kommen sie immer noch zu uns.“

Sylvia und Martin Bystron führen einen Laden, den es eigentlich gar nicht mehr geben dürfte. In den 80er-Jahren setzte das große Sterben der Tante-Emma-Läden ein. Supermärkte und Discounter übernahmen das Ruder. Zigtausende Lädchen und Geschäfte mussten aufgeben, weil die Kunden abwanderten. Wie

Tante Emma lebt – in Zang

Totgesagte leben länger. Sylvia und Martin Bystron führen in Zang einen Laden, den es eigentlich gar nicht mehr geben dürfte. Seit 115 Jahren ist das Lebensmittelgeschäft in der Weikersbergstraße in Familienhand – und überlebte das große Sterben der kleinen Läden.

hat der kleine Laden in Zang überlebt? „Wir bieten Qualität und viele Produkte aus der Region“, sagt Martin Bystron. „Aus der Region – für die Region. Das ist unser Motto.“ Auf 98 Quadratmetern führt das Geschäft Lebensmittel, Getränke und Verbrauchsgüter in geringer Stückzahl. 70 Prozent des Sortiments machen frische Waren aus: Obst, Gemüse, Wurst und Backwaren. Supermärkte und Discounter gibt es in Königsbrunn und Steinheim, also in sechs bis neun Kilometern Entfernung. „Dort machen die meisten unserer Kunden ihren wöchentlichen Großeinkauf“, sagt Sylvia Bystron. „Das ist okay für uns, solange sie

bei uns ihre frischen Waren kaufen. Waschmittel verkaufen wir selten.“ Es gebe auch einige sehr treue Senioren, die ihre gesamten Einkäufe bei Bystron erledigen. Ein Rentner-Einkaufsladen sei man aber nicht. Viele junge zugezogene Familien – tendenziell Besserverdiener – zählen zur Kundschaft. Wie Harald Kolb. Der 42-jährige ist Kunde aus Überzeugung: „Es ist einfach schön, wenn man hier reinkommt und einen jeder kennt.“ Ganz selbstverständlich wird er geduzt und es wird gefächelt, man nennt ihn „Harry“. „Wir sind schätzungsweise mit 70 Prozent unserer Kundschaft per du“, sagt Sylvia Bystron. Natur-

lich kenne man jeden beim Namen und nehme sich – wenn gewünscht – Zeit für ein Schwätzchen. Ein Besuch bei den Bystrons scheint ein bisschen mehr zu sein, als ein schnöder Einkauf. Sylvia Bystron führt einen Kalender mit den Geburtstagen ihrer Kunden und beschenkt sie mit einem Piccolo zum Jahrestag. Eingebürgert hat es sich auch, dass Zanger Schulkinder auf ihrem Heimweg kurz Station im Laden machen, um sich einen Kirschlutscher abzuholen – natürlich ohne dafür zu bezahlen. Und dennoch: „Nur mit dem Laden könnten wir nicht überleben“, sagt die Inhaberin. Hier

kommt der kreative Unternehmensegeist ins Spiel. Immer wieder haben sie investiert, haben ihr Angebot verändert, angepasst und erweitert. Samstags wird ein Brötchenservice angeboten, Getränke werden nach Hause geliefert, ein Partyservice wurde auf die Beine gestellt. „Wir wollen uns auch immer wieder verändern und etwas Neues ausprobieren. Das macht uns Freude“, sagt Sylvia Bystron. Und das glaubt man. Das Paar macht nicht nur seine Arbeit. Es lebt die Arbeit. Wohl auch nicht ohne Grund feiern Tante-Emma-Läden in Großstädten seit etwa zwei Jahren ein kleines Comeback. Auf

der Flucht vor anonymen Einzelhandelsketten kehren mehr und mehr Städter zum Händler an der Ecke zurück. Geschäfte mit heimlicher Atmosphäre, wo man sich auch einfach nett unterhalten kann. Auch der Rewe-Konzern in Köln experimentiert mit einem Tante-Emma-Konzept. Aber was ist mit der Geiz-ist-geil-Mentalität? „Über den Preis geht viel, aber der Preis ist nicht alles“, sagt Sylvia Bystron.

Verkäufer, Kunde – man schätzt sich in Zang auf beiden Seiten. Vor rund eineinhalb Jahren hatte Martin Bystron einen schweren Unfall, fiel ein halbes Jahr im Geschäft aus. Seine Frau schmiss den Laden allein, unterstützt von zwei 400-Euro-Kräften. Zum ersten Mal überhaupt stellte sie die Weiterführung des Ladens in Frage. „Aber dann bin ich so toll unterstützt worden – auch von den Kunden. Mir wurde sogar beim Putzen geholfen. Das war rührend“, sagt Sylvia Bystron. „Zang die kleine heile Welt? „Schon ein bisschen“, sagt die 46-jährige. „Zang ist klein, selbst in Königsbrunn würde es wohl anders aussehen. Aber wenn hier ein Discounter aufmachen würde, müssten wir schließen.“ Zang sei mit seinen 1500 Einwohnern allerdings uninteressant für Lidl, Aldi und Co.

115 Jahre. Wie geht es weiter? „Wir hoffen jedenfalls noch lange“, sagt Sylvia Bystron. Das Paar hat zwei Töchter. „Wenn sie wollen, kriegen sie den Laden. Wenn nicht, dann hört es eben mit uns auf. Wir machen keinen Druck.“ Denn einfach sei ihr Leben nicht. „Wir arbeiten hart für unser Geld. Jeden Tag zwischen 12 und 14 Stunden. Aber wir machen das gerne und sind zufrieden.“ Den Begriff Tante-Emma-Laden mag Sylvia Bystron übrigens nicht. „Das hört sich krustelig an, und das sind wir nicht. Wir sind klein. Aber modern.“

Christine Weinschenk

Vom Kolonialwarenladen zum Nahversorger: Seit 115 Jahren in Familienhand



1897 hat Rosina Baß das Geschäft in der Weikersbergstraße in Zang als Kolonialwarenladen eröffnet. Damals nichts Besonderes, jeder Tante-Emma-Laden, der Kaffee, Reis, Süßfrüchte oder andere Waren aus Übersee anbot, durfte sich so nennen. Bei Rosina Baß gab es, was das Herz begehrt: Vom Arabica-Kaffee über Mausefallen bis zu Silberbronze.

In der zweiten Generation wurde das Geschäft von Hugo und Anna Baß geführt. 1961 übernahmen es deren Tochter Herta und ihr Mann Walter Bystron.

Seit 1987 haben Martin Bystron – der Urenkel von Rosina Baß – und seine Frau Sylvia das Sagen. Auf 98 Quadratmetern führen sie Lebensmittel, Getränke

und Verbrauchsgüter in geringer Stückzahl. Sie sind Post- und Totolotto-Stelle.

Etwa 70 Prozent des Sortiments machen frische Waren aus: Obst, Gemüse, Wurst, Käse und Backwaren. Zudem betreiben Martin und Sylvia Bystron einen Lieferservice für Brötchen, Getränke und einen Partyservice.

Ulms flüssiges Gold.



www.goldochsen.de



DORFLADEN HEISING

Shop des Jahres

Der Dorfladen Heising im Oberallgäu wurde am 21.11.2011 im Gästehaus der Bundesrepublik auf dem Petersberg bei Bonn als "Shop des Jahres" prämiert.

Über 80 Shops aus ganz Deutschland hatten sich für die begehrten Preise "Shop des Jahres" beworben. In jeder Kategorie wurden 3 Nominierte vorgestellt, bevor die Sieger in den drei Kategorien gekürt wurden. Am 21. November 2011 traf sich die Branche im ehemaligen Gästehaus der Bundesrepublik auf dem Petersberg in Königswinter bei Bonn zur Prämierungsveranstaltung. Neun Teams waren zum Endspurt angereist. Sie hatten sich im Wettbewerb Shop des Jahres bei der Vorentscheidung qualifiziert.

In der Kategorie C-Store/Nahversorger/Kiosk waren der Dorfladen Heising bei Lauben, der Tante Emma Laden & Café, Augsburg, sowie Edeka Bartels, Hamburg, in die engere Wahl gekommen. Als klassischer Nahversorger, der in einer ländlich strukturierten Region ein sehr professionelles Geschäft betreibt, hatte der Dorfladen Heising für die Jury Vorbildfunktion. Er gewann die begehrte Auszeichnung „Shop des Jahres“ in der Kategorie "C-Store, Nahversorger, Kiosk".

Hans-Jürgen Krone, Chefredakteur des Magazins für New Channels "Convenience Shop" aus dem LPV-Verlag, Neuwied fungierte bei der Preisverleihung als Moderator und Laudator. Im Festsaal des Gästehauses Petersberg wurden die 9 Nominierten dem zahlreich anwesenden Fachpublikum in Bild-Präsentationen vorgestellt.



Dieser Nahversorger ist zugleich Kommunikationszentrum: Die Bistro-Ecke soll noch hochwertiger ausgebaut werden, bisher behilft man sich mit zwei Stehtischen und vor der Tür mit zwei Bierzeltgarnituren. Eine Postagentur ist vorhanden. Mitarbeiter stellen Artikel verpackt zu Geschenken zusammen. Sehr schmal fällt das Tabakwaren-Sortiment aus.

Berthold Ziegler, Claudia Fromlign und Hans-Jürgen Krone.

Betreiber des Dorfladens ist die Gemeinde Lauben bei Kempten. Bürgermeister Berthold Ziegler ist auch Geschäftsführer der Gemeinde-eigenen GmbH. Bei Bürgermeister Berthold Ziegler und Verkaufsleiterin Claudia Fromlign war die Freude über diese Auszeichnung für den ländlichen Nahversorger aus dem Landkreis Oberallgäu besonders groß. Im festlichen Rahmen wurde der Erfolg in der Rotunde auf dem Petersberg auch mit den Mitarbeitern des Dorfladen-Lieferanten Utz Lebensmittel aus Ochsenhausen gefeiert.

Der Dorfladen Heising in der Nähe von Kempten im Allgäu ist ein typischer Nahversorger, der durch das Engagement der Marktleiterin lebt. Herzstück ist die Brot- und Backwaretheke sowie die Fleischtheke. Beide sollen noch vergrößert werden. Sehr gut angenommen werden die verzehrfertigen Produkte: Täglich verkauft der Dorfladen beispielsweise 40 selbsthergestellte Sandwiches, bis zu 30 Butterbrezeln. Drei 2,2 kg schwere Leberkäse und zwei Schweinebraten werden zur Brotzeit verarbeitet. Außerdem gibt es Pizza, Kaffee und Kuchen für den Sofortverzehr. Salate in der Theke stellen die Mitarbeiterinnen selbst her. Wurst gibt es in Bedienung und als SB-Ware, Fleisch wird vorverpackt verkauft. Der Dorfladen bezieht von zwei Metzgern die Ware, nimmt auch spezielle Bestellungen der Kunden auf. Dreimal wöchentlich kommt frisches Obst und Gemüse.

In einem Vorbereitungsraum wird alles für Takeaway und SB-Verkauf der frischen Ware zubereitet. Zur Verfügung stehen Einschweißgerät, Mikrowelle, Backofen etc. Mit Tiefkühl-Backwaren werden Verkaufsspitzen ausgeglichen.



Über den besonderen Preis freuten sich auf dem Petersberg neben Bürgermeister Ziegler (3. v. rechts) auch Verkaufsleiterin Claudia Fromlign, Verkaufsberater Richard Schweiger (links) und Großhändler Rainer Utz (2. v. rechts) aus Ochsenhausen, der den erfolgreichen Dorfladen bei Kempten beliefert, sowie Günter Lühning (rechts) Vorsitzender des niedersächsischen Dorfladen-Netzwerkes.



Ebenfalls nominiert war die Aral-Station Pfullingen, Herr Utz (links) gratuliert Cornelia Ankele und Mathias Armbruster.



Stefanie Kratzer (links) und Silvia Süß vom Tante Emma Laden in Augsburg.

DORFLADEN PAUNZHAUSEN IST „HERVORRAGEND“



Die Obst- und Gemüsetheke ist einer von vielen Anziehungspunkten im Dorfladen Paunzhausen. Monika Fraunhofer ist eine von zwölf Paunzhausener Frauen, die in dem Geschäft tätig sind.
Foto: SDL Thierhaupten

Paunzhausen - Die Schule der Dorf- und Landentwicklung hat in einem Seminar den Dorfladen Paunzhausen unter die Lupe genommen. Und ihn ausgezeichnet mit dem Prädikat: „Hervorragend“.

Vertreter von insgesamt 14 Dorfläden aus ganz Bayern haben das vergangene Wochenende in Paunzhausen verbracht. Thema des Seminars der SDL Thierhaupten: „Nachbarschaftsläden erfolgreich führen“. Tag eins brachten die Teilnehmer größtenteils im Rathaus zu, es gab Vorträge mit wertvollen Tipps, wie die kleinen Geschäfte vor Ort langfristig attraktiv bleiben können, wie sie organisiert werden müssen, um die Existenz zu festigen und dadurch die Versorgung der Bürger langfristig zu gewährleisten. Ausgiebig diskutiert wurden Fragen der Direktvermarktung, Hygienevorschriften, Vor- und Nachteile diverser Betreiberformen sowie die Produktpalette. Die Teilnehmer stellten ihren Laden und besondere Marketingaktivitäten

vor. Mit von der Partie waren auch einige Neulinge, die kurz vor der Eröffnung ihres Ladens stehen. Aber auch erfahrene Dorfladenleiter profitierten von den beiden Tagen und nahmen wertvolle Impulse mit nach Hause. Zentrale Themen waren die bessere Vermarktung regionaler Produkte sowie die Optimierung der Marktab-schöpfung pro Einwohner. „Die Vermarktung regionaler Produkte wird immer wichtiger“, bekräftigte Seminar-leiter Wolfgang Gröll. Dienten die Dorfläden früher besonders der Nahversorgung, seien, so Gröll, die neueren Geschäfte vor allem auch auf Regionalisierung polarisiert. Damit habe man einzigartige Verkaufsargumente gegenüber den großen Verbrauchermärkten. Auch hier kann sich das Konzept in Paunzhausen sehen lassen: Fleisch und Wurst sowie das Bier bezieht man beispielsweise vom Kloster Scheyern.

Höhepunkt des Seminars war der „Store-Check“, bei dem der Dorfladen Paunzhausen unter die Lupe genommen wurde. „Hier wird ganz genau hingeschaut“, sagt SDL-Geschäftsführerin Gerlinde Augustin. Aber in Paunzhausen hat man nichts zu verbergen. Ganz im Gegenteil: Selbstbewusst hat man sich für dieses Seminar beworben. „Paunzhausen hat es sich zugetraut, den Laden zu präsentieren - obwohl man dabei schon einer gewissen Kritik ausgesetzt ist“, sagt Augustin. Doch Paunzhausen hat „supergut abgeschnitten“, betont sie. Was sie nicht zuletzt deshalb besonders freut, weil die Schule der Dorf- und Landentwicklung im Jahr 2005 mit ihrem Seminar „Tante Emma ist wieder da“, an dem Vertreter Paunzhausens teilgenommen haben, ein Stück weit die Initialzündung zur Eröffnung gegeben habe. In den Folgejahren sei man immer wieder vor Ort gewesen, habe die Entwicklung über die Jahre mitverfolgen können. Augustins Fazit: „Man spürt Esprit und Lebensfreude, Engagement und viel Herzblut aller im Laden aktiver Personen.“ Der Lohn für alle Anstrengungen war das Prädikat „Hervorragend von den Seminarteilnehmern.“

Heinrich Holzer, Vorstand der Dorfläden eG, sieht dies als eine „schöne Bestätigung unserer Arbeit“. Auch wenn man im abgelaufenen Geschäftsjahr einen Umsatzrückgang von rund vier Prozent verbuchen musste. Das liege, so Holzers Vermutung, an einem neuen Verbrauchermarkt, der in der Nähe der Gemeinde eröffnet hat. Dennoch ist Holzer zuversichtlich: „Wir werden auch künftig Gewinn machen.“

NOCH MAL SCHNELL „UM'S ECK“ GEGANGEN Seit einem Jahr sind Stadtteilbewohner froh um ihren Laden

Spickel Der Name ist Programm. Der „Kauftreff um's Eck“ von Iris Korbl in der Elsenbornstraße im Spickel hat sich seit mehr als einem Jahr wieder zum Treffpunkt im Stadtteil entwickelt. Nicht nur die Frühstücksbrötchen am Samstag führen hier die Nachbarschaft an der Ladentheke zusammen.

Gerade jetzt zum Jahresbeginn ist vor der Ladentür das Zentrum für alle Neujahrswünsche. Die Entscheidung für die Selbstständigkeit hat die 41-Jährige bis dato nicht bereut. Treue Kunden seien zurückgekehrt, seit der kleine Lebensmittelmarkt im September 2010 wiedereröffnete. Die anfänglichen Schwierigkeiten, hervorgerufen durch zähe Kreditverhandlungen mit Banken, haben sich nach Auskunft der alleinerziehenden Mutter schnell bereinigen lassen. Auch das Darlehen des Zulieferers Utz sei schon so gut wie zurückbezahlt.

Dennoch hat die Kauffrau lange Tage zu bewältigen. Geöffnet wird um 7 Uhr, geschlossen um 18.30 Uhr. In der Zeit dazwischen kann Iris Korbl auch auf einen Stab von Mitarbeitern zurückgreifen, die teils schon für den Vorgänger tätig waren. Ermutigung und Bestätigung geben ihr auch die Kunden selbst: „Wir sind so froh, dass es Sie gibt“, heißt es immer wieder.

Gerade um die Möglichkeit des schnellen Einkaufs, wenn in der Küche noch eine Zutat fehlt, sind die Stadtteilbewohner dankbar. „Ich geh' noch mal rasch um's Eck“, können die Spickler jetzt wieder sagen, wenn das Brot knapp wird oder die Milch für den Kaffee auszugehen droht.

Iris Korbl würde den Weg auf jeden Fall wieder gehen. Trotzdem sagt sie: „Man muss schon kämpfen und aufpassen, nicht übervorteilt zu werden.“ Überzeugt ist sie vor allem von ihrem Sortiment, das Bio-Angebote ebenso enthält wie Produkte von Andechser oder Unser Land. Wenn sie auch darum bemüht ist, auf die Kundenwünsche einzugehen, so kann sie gerade bei Spirituosen nicht alles vorhalten. Wenn sie sechs Flaschen bestellen müsse, um eine zu verkaufen, so sei das nicht wirtschaftlich gerechnet.

Beziehung zwischen Händler und Kunden

Überzeugt ist Iris Korbl davon, dass eine offene Ladentür grundsätzlich ein positives Signal aussendet. „Sehen und gesehen werden“, mache sich auch in der Beziehung zwischen Händler und Kundschaft bezahlt. Den Kontakt zu den Menschen auch außerhalb des Ladens zu halten, hält sie für wichtig. (sil)



„Man muss schon kämpfen“, sagt Iris Korbl, die vor gut einem Jahr im Spickel den Laden „Um's Eck“ wiedereröffnete. Sie würde es wieder machen.

„EINE GROSSE FAMILIE“

Fest etabliert haben sich die Utz-Hausmessen. Diesmal im Fokus: innovative Produkte aus den Segmenten Erfrischungsgetränke und Convenience.



Fachabteilungen ebenso wichtig wie neue Produkte oder Boni. Insofern spricht Geschäftsführer Utz gerne von der großen „Utz-Familie“, zumal er die meisten Besucher aufgrund langjähriger Geschäftsbeziehungen persönlich kennt.

Der persönliche Charakter der Veranstaltung kommt auch darin zum Ausdruck, dass viele Kunden mit ihren Familien kommen und die Messe als Event erleben. Die konjunkturellen Vorzeichen für einen guten Messerlauf sind nach Einschätzung von Geschäftsführer Rainer Utz mehr als zufriedenstellend: „Die Stimmung unter den Kaufleuten ist ausgezeichnet.“ Er führt dies auch auf die hohe Konsumbereitschaft der Verbraucher zurück, die man vor Ort deutlich spüre.

Die Frühjahresmesse präsentiert jahreszeitbedingt schwerpunktmäßig Erfrischungsgetränke, Süßwaren und Knabberartikel für die Outdoor-, Party- und Grill-Saison. Zudem ordern die Kaufleute im Rahmen einer Sonderschau auf der Frühjahresmesse Weihnachts-Süßwaren für das wichtige Jahresendgeschäft. Zu den insgesamt etwa 60 Ausstellern gehören zahlreiche regionale sowie lokale Erzeuger und Hersteller, wie Buchmann (Fleisch- und Wurstwaren), Burkhardt (Fruchtsäfte / Fruchtgetränke), Fruchthof Nagel (Obst und Gemüse), Gaggi (Teigwaren), Imkerei Schad oder Tress (Teigwaren). Mit dabei aber auch große Marken wie Albi, Bahlsen, Capri Sonne (Sisi-Werke), Coca-Cola, Danone, Funnyfrisch (Intersnack), Haribo, Kraft Foods, Lorenz, Mars, McCain, Ritter, Schwartau, Storck oder Wrigley.

Besonders umlagert ist der Stand der FFS (Fresh Food Services GmbH & Co. KG, Ulm), die in Maselheim ihr Convenience-Konzept für die Zubereitung frischer Sandwiches präsentiert („Snack to go“). FFS liefert das komplette Set für die Zubereitung frischer Snacks, die dann im Laden für den Sofortverzehr konfektioniert werden. Regionalleiter Paul Sauter verspricht den Kaufleuten mit dem System Zusatzumsätze und überdurchschnittliche Deckungsbeiträge: „Mit einem Aufschlag von mindestens 100 Prozent eröffnet unser systematisiertes und standardisiertes Snack-Sortiment sehr gute Verdienstmöglichkeiten.“

Barbara Schießl, Bezirksleiterin bei Albi, freut sich über die hohe Bereitschaft der Kaufleute, Neues auszuprobieren: „Unsere Kunden zeigen sich derzeit besonders offen für Innovationen.“ Gefragt sind auch an den anderen Ständen besonders Trendgetränke. Auch Bertold Ziegler und Claudia Fromlitz sind auf der Suche nach Neuprodukten, geben aber zu, dass vor allem die besonderen Order-Rabatte sie regelmäßig zu den Utz-Hausmessen nach Maselheim locken: „Die Knüller-Preise sind schon äußerst attraktiv.“ Ziegler ist Bürgermeister der Gemeinde Lauben bei Kempten und Geschäftsführer der gemeindeeigenen GmbH, die in dem 1.200 Einwohner zählenden Ort unter der Leitung von Fromlitz den „Dorfladen Heising“ betreibt. Der 130 qm große Nachbarschaftsladen erhielt im vergangenen Jahr vom Fachmagazin Convenience Shop in der Kategorie „C-Store, Nahversorger, Kiosk“ die Auszeichnung „Shop des Jahres“. Zum Abschluss der Frühjahresmesse zieht Rainer Utz zufrieden Bilanz: „Die Aussteller erzielten ein Ordervolumen von zusammengerechnet rund 1,3 Mio. Euro, wobei vor allem Süßwaren und Trendgetränke stark nachgefragt waren.“

Zufrieden blickt Rainer Utz auf die Betriebsamkeit und den Andrang in der Mehrzweckhalle der Gemeinde Maselheim, 50 km südlich von Ulm. Zweimal jährlich, und dies seit nunmehr fast 20 Jahren, veranstaltet der Großhändler mit Firmensitz im benachbarten Ochsenhausen hier seine zweitägigen Haus- und Ordermessen, auf denen seine Lieferanten neue Sortimente und Produkte vorstellen. Diesmal sind etwa 350 Kunden aus einem Umkreis von 200 km angereist. Dabei ist den Kaufleuten – vorwiegend Lebensmittelhändler aus den Utz-Vertriebslinien sowie Kiosk- und Tankstellenshop-Betreiber – das Treffen und der Meinungs- und Erfahrungsaustausch mit Kollegen und Utz-Mitarbeitern aus den



Kontaktbörse Hausmesse: Geschäftsführer Rainer Utz im Gespräch.

EINMALIGE CHANCE GENUTZT

Dorfladen besteht seit fünf Jahren. Sonja Dröge ist neue Geschäftsführerin und Nachfolgerin von Helmut Wehrather

Hurlach „Einkaufen, wo man zu Hause ist“ – seit fünf Jahren ist das in Hurlach (wieder) möglich. Mit viel Elan, ehrenamtlichem Einsatz und auch ein wenig Mut zum Risiko haben die Verantwortlichen bei der Gemeinde Hurlach seinerzeit einen Dorfladen als Genossenschaftsmodell initiiert und am 8. Januar 2007 offiziell in Betrieb genommen. Das Einkaufsangebot wurde von den Bürgern angenommen und schrieb, wie Bürgermeister Wilhelm Böhm nach kurzer Zeit mitteilen konnte, schwarze Zahlen.

„Der Dorfladen hat die Lebensqualität in unserer Gemeinde erheblich verbessert“, erklärte Böhm bei einem kleinen Fest anlässlich des fünfjährigen Bestehens, „er war und ist eine einmalige Chance zur Verbesserung der Infrastruktur.“ Die gute Entwicklung des professionell geführten Ladens sei ein gemeinsamer Erfolg aller Mitarbeiter und deren unermüdlichen Einsatzes für den Fortbestand des Modells, sagte der Bürgermeister und lobte in diesem Zusammenhang besonders Helmut Wehrather, der von Beginn an als Geschäftsführer fungierte. Nach fünf Jahren hat Wehrather zum Jahresbeginn seine Aufgabe als Geschäftsführer an Sonja Dröge übergeben. Die in Hurlach wohnhafte gelernte Bürokauffrau und Mutter von vier Kindern ist seit drei Jahren bereits Mitarbeiterin im Dorfladen. (löh)



Der Hurlacher Dorfladen wird von jetzt ab von Sonja Dröge geführt, die auf Helmut Wehrather (rechts) folgt, links im Bild Bürgermeister Wilhelm Böhm. Foto: Löbhard

GEWINNER MCS-PREISAUS-SCHREIBEN

Es lohnt sich immer wieder...

Wieder einmal hat das Los einen Kunden aus unserem Verkaufsgebiet erfreut. Unser langjähriger Kunde Bernhard Schroll von der Bavaria Tankstelle in München-Pasing macht stets bei unserem MCS-Highlights-Preisausschreiben mit. Innerhalb kurzer Zeit hat er gleich zweimal gewonnen. Nach dem verlängerten Wellness-Wochenende gewann Herr Schroll nun einen Kleinbackofen.

Wie man sieht, lohnt es sich immer wieder bei unseren MCS-Highlights-Preisausschreiben teilzunehmen.

Wir gratulieren Herrn Schroll ganz herzlich und wünschen ihm viel Freude mit dem Gewinn.



EIN STARKER PARTNER FÜR DAS SHOPGESCHÄFT: MCS

Die größte deutsche Convenience-Verbundgruppe beliefert mehrere tausend Tankstellenbetreiber mit dem kompletten Shopsortiment. Von Süßwaren und Getränken bis hin zu Tabakwaren und E-Loading-Produkten.

Der mittelständische Tankstellenmarkt ist das Wachstumssegment unter den Spritverkäufern in Deutschland. Auf dieses Segment hat sich die MCS-Gruppe spezialisiert, ein Zusammenschluss mittelständischer regionaler Convenience-Großhandlungen. Die MCS ist der größte Verbund seiner Art und wächst kontinuierlich weiter. „Flexibilität, Zuverlässigkeit und der persönliche Kontakt zu unseren Kunden sind unsere Stärken“, erklärt MCS-Geschäftsführer Torsten Eichinger. „Gerade diese Fähigkeiten und das menschliche Miteinander stellen wir als Mittel-

Bei der Initiative POSitiv steht die Verkaufsförderung im Fokus

ständler neben unserer Sortimentskompetenz täglich unter Beweis. Unsere Kunden wissen, dass wir auf einer Augenhöhe mit ihnen sind und schätzen das.“ Die MCS hat sich als zuverlässiger Shoplieferant etabliert. Zu ihren Kunden gehören bundesweit mehrere tausend Tankstellenshops,

die von der MCS alle relevanten Sortimente beziehen, etwa Lebensmittel, Getränke, Biotroprodukte, Tabakwaren oder auch elektronische Guthaben. Ob freie Tankstellenunternehmer, mittelständische Tankstellennetze, Pächter großer Mineralölgesellschaften oder Betreiber von Autohöfen: Kunden aus dem gesamten Tankstellenmarkt vertrauen dem Fachwissen und der Erfahrung der MCS. Gerade die Tankstellenshops unterliegen in den Sortimenten einer steten Dynamik. Neue Produkte, Sondereditionen oder komplett

neue Produktkategorien prägen die Entwicklung des Shops. Kunden erwarten, dass Tankstellenbetreiber mit ihren Artikeln stets auf dem neuesten Stand sind. Mit ihrer flexiblen Organisation gelingt es der MCS-Gruppe, Betreibern stets neue Produkte anzubieten, damit sie sich bei ihren Kunden profilieren und Umsätze generieren können.

Der feine Unterschied: die MCS-Verkaufsberater

Eine wichtige Entscheidungshilfe bei der Sortimentsauswahl bieten die kompetenten Verkaufsberater des MCS-Außendienstes. Sie unterstützen Shopbetreiber bei der Gestaltung ihres Sortiments, indem sie die Betreiber betreuen und regelmäßig beraten. So tragen sie einen wichtigen Teil dazu bei, das Shopgeschäft zu optimieren. Ergänzend zur Beratung durch die Verkaufsberater setzt die MCS auch auf neue Medien: Auf den Werbemitteln der MCS sind sogenannte QR-Codes abgebildet. Tankstellenbetreiber können über die Codes Produktinformationen über ihr Smartphone abrufen. Zu diesen Informationen gehören neben technischen Daten über Artikel auch wichtige Informationen über Werbekampagnen der Hersteller. Nach diesen

Kampagnen kann ein Shopbetreiber sein Aktionswesen ausrichten.

60 Prozent der Kaufentscheidungen fallen direkt am POS

56 Prozent der Tankstellenkunden verlassen eine Tankstelle, ohne etwas im Shop gekauft zu haben. Ein Grund: Kaufimpulse fehlen. Hier setzen die Verkaufsförderungskonzepte der MCS wie „Kids Dreams“ und „Ice Dreams“ an. Die Module mit bunten Kinderartikeln und ausgefeilten Eissortimenten verführen die Kunden direkt am POS zum Kauf. Wie wichtig der POS ist, spiegelt sich auch in der Initiative POSitiv wider, einem exklusiven Programm für Mitglieder des MCS Top-Kunden-Clubs. Teilnehmer erhalten zur Abrundung des Shopkonzepts regelmäßig Werbemittel und Verkaufsförderungshilfen. Zusätzlich unterstützt die MCS

ihre Kunden noch mit der „MCS Akademie“. Shopbetreiber werden hier zu verschiedenen Themen geschult wie „Bistro“ oder „aktives Verkaufen“.

Getreu dem Slogan „MCS - Mein Convenience Service“ versteht sich die MCS nicht nur als Logistiker, sondern als Servicepartner. Ein Partner, der mehr macht, als nur Artikel zu liefern.



System für Systemkunden

Dank des mittelständischen Konzepts und der deutschlandweiten Vernetzung der MCS-Großhandlungen kann MCS flexibel auf die komplexen Anforderungen des Convenience-Marktes reagieren. Die MCS-Zentrale übernimmt die gesamte Koordination für Systemkunden – von der Sortimentssteuerung über das Bestellsystem bis hin zur Abrechnung. So erhalten überregionale Kunden alle Leistungen „aus einer Hand“.



MCS liefert alles, was ein Betreiber für sein Shopsortiment braucht, und bietet laufend Neuheiten an. Entscheidungshilfe bietet der MCS-Außendienst.

IFS ZERTIFIZIERUNG

Firma Utz erfolgreich nach IFS Logistic Standard zertifiziert!

In der Lebensmittel-Logistik sind die gesetzlichen Bestimmungen für den Umgang mit Lebensmitteln in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen. Produktion, Transport, Lagerung bergen über die gesamte Prozesskette Risiken, die Qualität und Sicherheit der Produkte negativ beeinflussen und im schlimmsten Fall sogar eine gesundheitliche Beeinträchtigung des Verbrauchers nach sich ziehen können.

2006 wurde aufbauend auf dem IFS Food, dem internationalen Standard für Lebensmittel produzierende Unternehmen, ein entsprechender Standard für die Logistikkette eingeführt (IFS Logistic). Geschäftsführer Rainer Utz hat im Juli 2011 aufgrund zunehmender Anforderungen des Marktes entschieden, die Zertifizierung nach IFS Logistic anzustreben.

Zur Auftaktschulung im Juli 2011 wurde eine Projektgruppe unter der Führung von Logistikleiter Günter Zell gebildet. Am 16.12.2011 wurde nach einer Vorbereitungsphase von mehr als sechs Monaten das interne Audit durch die Beratung Heißenhuber und am 03.02.2012 das externe Audit durch die Firma Auditpartner durchgeführt. 98 verschiedene Anforderungspunkte des IFS Logistic Standards in der aktuell gültigen Version 1 wurden geprüft und von dem externen, unabhängigen Prüfer der Firma Auditpartner zertifiziert. Der Anforderungskatalog bildet die komplette Logistikkette, von der Warenannahme bis zum Warenausgang und Transport ab.

Bereits bei dieser ersten Zertifizierung wurde das Audit auf Höherem Niveau mit 95,74%, bezogen auf die maximal mögliche Punktzahl bestanden. Wesentlich beteiligt an der Verwirklichung waren Projekt- und Logistikleiter Günter Zell, das Utz HACCP Team, sowie die Unternehmensberatung Heißenhuber als externer Berater, die den Prozess während der gesamten Vorbereitungszeit mit fundiertem Fachwissen tatkräftig unterstützt hat. Geschäftsführer Rainer Utz gratulierte dem Team um Günter Zell zu diesem hervorragenden Erfolg. Die Firma Utz dokumentiert mit dem sehr guten Ergebnis, dass sie jegliche denkbaren Risiken innerhalb ihrer Prozesskette analysiert und Instrumente, bzw. Kontrollsysteme im Einsatz hat, um Risiken zu beherrschen, bzw. zu vermeiden.

Mit diesen Prozessen steuert die Firma Utz den Umgang mit allen Produkten so, dass die Sicherheit der Lebensmittel auf allen Ebenen der Prozesskette nachweislich gewährleistet ist. Wer bei Utz ordert, erhält Qualität!



Utz HACCP Team v.l.: GF Rainer Utz, Logistikleiter Günter Zell, TS-Verantwortlicher Helmut Engel, Frischdienst-Verantwortlicher Joachim Rothmund, TK-Verantwortlicher Alwin Miller und Leiter Finanz- und Rechnungswesen Rolf Iven.

WEIDEGLÜCK-AKTION

Heute kommt das Weideglück zu dir!

Am 30.04.12 veranstaltete die Utz Lebensmittel-Filiale mit Hilfe der Firma Weideglück (Milchwerke Schwaben) eine Promotion- und Verkaufsaktion, um das neue Joghurtsortiment „Unser Landjoghurt“ vorzustellen. Bei herrlichem Sommerwetter wurden die Verbraucher schon vor dem Betreten des Marktes durch einen Weideglück Wohnwagenanhänger im Hüttenlook und „Buam“ in original bayrischer Tracht auf die Produkte aufmerksam gemacht. Die Kunden konnten ihre persönliche Auszeit mit ihrem Landjoghurt genießen und hatten viel Spaß bei Online Gewinnspielen mit Geschmacksbewertung und einem Fotoshooting. Als Hauptgewinn gab es einen Weideglück-Wohnwagen und eine Woche Familienurlaub auf dem Bauernhof. Der Aktionskarton und auch die Einzelbecher des Landjoghurts wurden von den Kunden sehr gut angenommen und man hofft auf zahlreiche Nachkäufe. Ein großer Dank an die Firma Weideglück und den Promotern, die nicht nur den Kunden, sondern auch den Mitarbeitern einen tollen Tag ermöglichten.



Wer kauft da nicht gerne ein?!

UTZ Certified WAS IST UTZ CERTIFIED?

UTZ Certified ist ein Programm und Gütesiegel für nachhaltigen Anbau. Nachhaltiger Anbau unterstützt Bauern, Arbeiter und deren Familien, ihre Ziele zu erreichen und leistet gleichzeitig einen Beitrag zum Schutz unserer natürlichen Ressourcen – jetzt und in der Zukunft. Die Mission von UTZ Certified ist, eine Welt zu schaffen, in der nachhaltiger Anbau die Norm ist. Eine Welt, in der Bauern gute landwirtschaftliche Praktiken anwenden und ihre Landwirtschaftsbetriebe gewinnbringend mit Rücksicht auf Mensch und Umwelt betreiben. Eine Welt, in der die Industrie in nachhaltige Produktion investiert, diese belohnt und in der Verbraucher ihre vertrauten Produkte mit gutem Gewissen genießen können.

So arbeitet UTZ Certified mit führenden Marken zusammen, die immer größere Mengen von UTZ-zertifiziertem Kaffee, Kakao bzw. Tee abnehmen. Außerdem hat UTZ Certified einen strengen produktspezifischen Code of Conduct entwickelt, der die Zertifizierungskriterien festlegt. Kaffee- und Kakaobohnen sowie Teeblätter müssen eine lange Reise vom Feld in die Läden hinter sich legen. UTZ Certified schafft Transparenz in dieser Lieferkette. Auf der UTZ Certified-Webseite finden Sie die Bauern, die Rohstoffe für Produkte mit dem UTZ Certified- Siegel anbauen können: www.utzcertified.org

Auch bei uns erhalten Sie UTZ-zertifizierte Produkte:



DANKESCHÖN FRÜHJAHRSMESSE 2012

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Geschäftsfreunde,

unter dem Motto „Da liegen Sie richtig!“ strömten am 3. und 4. März 2012 zahlreiche Besucher auf die Frühjahrsmesse der Firma Utz nach Maselheim.

An unseren eigenen Messeständen sowie den Industrieständen konnten Sie sich über neue und bestehende Artikel informieren und diese auch probieren. Auf der Galerie waren heute bereits die Trends der kommenden Weihnachtssaison 2012 zu sehen.

Im Messebistro hatten Sie die Möglichkeit, sich eine wohlverdiente Pause zu gönnen oder den Tag bei gutem Essen und Trinken ausklingen zu lassen. Viele Kunden nutzten die Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch mit Kollegen.

Ganz herzlich möchten wir uns bei allen Teilnehmern der Kundenumfrage bedanken. Ihre Anregungen nehmen wir gerne auf. Die Ergebnisse zeigen uns auch: Bei der Fa. Utz – „Da liegen Sie richtig!“

Im Jahr 2011 wurden 75.000 Rollbehälter von uns ausgeliefert. Die richtige Antwort unseres Gewinnspiels wurde von 118 Kunden getippt und das Los hat sich für folgende Gewinner entschieden:



1. PREIS:

Mountainbike im Wert von ca. 400,-

ST-STATION KIRNER
IN GERSTHOFEN



2. PREIS:

Netbook Medion Akoya im Wert von ca. 300,-

LANDBÄCKEREI GEIGER
IN OTTENBACH

3. PREIS:

Tankgutschein im Wert von 200,-

UM'S ECK MOSER
IN AITRANG



Wir laden Sie bereits heute schon zu unserer Hausmesse im Herbst ein.

Termin 15. und 16. September 2012

Mit freundlichen Grüßen
Utz GmbH & Co. KG

Rainer Utz
-Geschäftsführung-

PS.: Eindrücke von der Messe finden Sie auf www.utz-lebensmittel.de unter "Utz Aktuell".

MESSE RÜCKBLICK FRÜHJAHR 2012





MESSE EINLADUNG



Herzliche Einladung zu unserer **Herbstmesse 2012**

am Samstag, 15. September 2012
und Sonntag, 16. September 2012

Nutzen Sie diese einmalige Einkaufs-Gelegenheit mit den vielen Vorteilen:

- Preisknüller an allen Messeständen
- Präsentation Ostersortiment in Originalmustern
- Informationsaustausch mit Kollegen
- Tombola mit interessanten Preisen

**Fit und gesund
durch den Winter!**

Einmalige Messe-Rabatte

