



Zweittag in Fulda. Maberzeller Straße.

Guten TAG!



Markus Tebbe

Wir wollen gerne mit Ihnen ins Gespräch kommen.

Zu einem Thema für Filialbäcker, die ihre Ware erfolgreich verkaufen.

Mit einer tollen Produktpräsentation und ordentlich Warendruck.
Was passiert mit Ihren Retouren? Wie verwerten Sie die Überhänge?
Soziale Projekte? Landwirtschaft? Energiegewinnung? Vernichtung?

aua!

Interessieren Sie sich für Mehrumsatz durch Rückführung der
Vortagswaren in Ihren eigenen, markenunabhängigen Kreislauf?
In sauberer Trennung zu Ihren Kerngeschäften? Aber unter Ihrer Führung?

Lassen Sie uns bald mal darüber sprechen.

achtung!

Das Konzept Zweittag ist neu und erfolgreich.

Und es ist auf Herz und Nieren getestet.

Die Bäckerei Pappert betreibt seit Juni 2007 in Fulda den Prototypen.



Bruno Schulz



ZWEITTAG ist ein Kind von Schulz und Tebbe.

Kreative Köpfe, viel Erfahrung, feine Technik ...
Unsere Ideen entstehen auf einem bewährten Fundament.
Wir bieten seit beinahe 15 Jahren Erfahrung und Erfolg mit
ausgezeichneten Referenzen.

Wir arbeiten an Kommunikation, Werbung, Präsentation,
Verpackung, Markenentwicklung und -führung sowie in
Produktentwicklung und Ladenbau.

Am liebsten für Filialbäcker zwischen 10 und 100 Filialen.
Mal weniger - mal mehr.

Und außerdem für LEH, Gastronomie und Kaffeeröster.
Die Konzentration auf "Essen, Trinken & Genuss"
ermöglicht uns ein tiefes Eintauchen in die Themen.

Und dann wären noch die vielen Dinge,
die nicht so ganz nebenbei entstehen.
Viele mit Kunden, für Kunden und immer
aus den Herausforderungen des Alltags heraus ...

Denken Sie mit!

KONTAKT

Schulz und Tebbe GmbH & Co. KG
Poststrasse 8 . 55545 Bad Kreuznach
Fon 0671 48 33 222
www.schulzundtebbe.de
info@schulzundtebbe.de



alles WIRD anders ...

HURRA RETOUREN!

ZWEITTAG



die Back.Intern schreibt ...

Wohin mit den Retouren? Eine sinnvolle Lösung für Filialbäcker lautet, einen extra Vortagladen aufzumachen, in dem sie nur "Gutes von Gestern" zum halben Preis verkaufen. Doch dabei gibt es zwei Knackpunkte: Ein Vortagladen unter eigenem Namen sollte außerhalb des Vertriebsgebietes angesiedelt sein, um das Image nicht zu beschädigen. Das verursacht hohe Logistikkosten. Und bei der anderen Variante - einem Vortagladen innerhalb des Gebiets unter anonymen Namen - müssen dafür Outfit und Werbematerial mit hohem Aufwand eigens gestaltet werden. „Man muss das Rad nicht selbst erfinden“, sagt Manfred Klüber, Geschäftsführer Vertrieb von Pappert's Bäckerei aus Poppenhausen – und nutzt das Lizenzkonzept „Zweittag“ der Agentur SchulzundTebbe. Die Komplettlösung für den Vortagladen.

Die Vorteile: Diese Vortaglösung ist fertig durchkonzeptioniert und soll, da es für viele Filialbäcker interessant ist, einmal deutschlandweit verbreitet sein und damit eine eigene Wiedererkennbarkeit besitzen. Für das Marketing bietet die Agentur ein Komplettpaket: von der Marke selbst über Pylone, Plakate, Banner und Flyer bis hin zur Aktionsberatung. Die Einrichtung ist hell, modular, verschleißfrei und kostengünstig. Anstelle eines Brotregals werden Körbe für Brot & Co. auf eine Schräge an der Rückwand gestellt. Auch der Verzehr vor Ort gehört zum Konzept. Als schlichte Sitzgelegenheiten dienen lange Holztische und -bänke. Das Speisenangebot beschränkt sich auf geschnittene Vortagbrote und abgepackte Hotelportionen von Butter, Käse, Wurst, Nutella etc., die auf einem Buffet bereitliegen. Der Gast zahlt 2 Euro an der Theke, erhält einen Teller und kann sich nach Herzenslust bedienen. Kaffee gibt's aus der Pumpkanne. Die „bodenlose“ Tasse dafür kostet ebenfalls 2 Euro. In Pappert's Zweittag gibt es außerdem Kaffeespezialitäten und Kaltgetränke aus dem Automaten. Die Personalkosten beschränken sich so auf ein Minimum. Mit entscheidend ist die Standortbewertung, für die SchulzundTebbe ebenfalls zur Verfügung steht. „Es geht um Parkplätze und gute Anfahrbarkeit bei niedrigen Mieten und guter Frequenz“, erläutert Markus Tebbe. Somit eignen sich vor allem Ausfallstraßen und Gewerbegebiete. „Am liebsten mit Aldi oder Lidl in der Nachbarschaft“. Denn deren Kunden sind die perfekte Zielgruppe für den Zweittag. Interessant sei das Konzept, so Tebbe, ab einer Betriebsgröße von circa 10 Filialen. Infos: Markus Tebbe: 01 60 99 12 94 23 oder 0671 48 33 222, www.schulzundtebbe.de // Text: Ulrike Jäger

Manfred Klüber
Geschäftsführer
Pappert's Bäckerei GmbH
www.papperts.de

FULDA



| | |
|---|--|
| Standort: | Mabzeller Straße. Ausfallstrasse. |
| Besonderheiten: | gegenüber großem Lebensmittelmarkt. |
| Fläche: | 280 qm |
| Gastronomie: | 60 Plätze |
| Gastronomiekonzept: | Buffet satt 2 Euro, Kaffee satt 2 Euro Kaffeespezialitäten und Kaltgetränke aus Automaten. |
| Start: | Juni 2007 |
| Kundenzahl: | 240 täglich |
| Durchschnittsbon: | 3,05 Euro |
| Deckungsbeitrag: | 94% |
| Personalkosten: | 23% |
| Miete: | 9% |
| Zielumsatz: | 250.000 Euro brutto |
| 2 weitere ZWEITTAG-Filialen sind für Pappert's in Planung | |

STATEMENT

„Wir sind mit unserem Zweittag-Laden mehr als zufrieden“, berichtet Manfred Klüber, Geschäftsführer Vertrieb von Pappert's Bäckerei aus dem ostthessischen Poppenhausen (56 Filialen). Er hat den Pilotshop im Juni 2007 eröffnet und in einer kleinen Halle (280 qm) auch 60 Gastronomie-Plätze integriert. Investition: 40.000 Euro für bauliche Maßnahmen plus 50.000 für Ladenbau und Geräte. Standort: eine Ausfallstraße in Fulda, gegenüber eines Lebensmittelmarktes. „Es hat etwas gebraucht, bis wir in Schwung gekommen sind“, gibt Klüber zu. Während sein Zweittag in den ersten Monaten nur um die 8.000 Euro Umsatz im Monat verzeichnete, sind es inzwischen aber schon 20.000 Euro. Die Kundenzahl liegt bei ca. 240 täglich, der Durchschnittsbon bei 3,05 Euro. Geöffnet ist täglich außer an hohen Feiertagen. So ist Klüber zuversichtlich, in diesem Jahr einen Zielumsatz von 250.000 Euro zu erreichen und in Zukunft noch deutlich zu übertreffen. Bei solchen Warenmengen benötigt er etwa 20 Filialen zur Belieferung des Zweittages. Aktuell liegen die Personalkosten bei 23 Prozent und die Festmiete bei 9 Prozent. Der Umsatzanteil des Gastronomiebereiches liegt bei rund 22 Prozent. Und: „Mit überwiegend Vortagsware erreichen wir einen Deckungsbeitrag von 94 Prozent!“ Kein Wunder, dass Pappert in diesem Jahr einen zweiten Zweittag eröffnen will. Info: www.papperts.de

Gabi und Martin Großerhode
Bäckerei Großerode GmbH
www.grosserode.de

AHLEN



| | |
|----------------------------|---|
| Standort: | Hansastraße in Ahlen. Vorortzentrum |
| Besonderheiten: | neben Penny Lebensmittelmarkt |
| Fläche: | 52 qm |
| Gastronomie: | 5 Plätze |
| Gastronomiekonzept: | Buffet satt 2 Euro, Kaffee satt 2 Euro Kaltgetränke aus Kühlschrank. |
| Start: | Dezember 2008 |
| Kundenzahl: | 120 täglich |
| Durchschnittsbon: | 2,50 Euro |
| Personalkosten: | 24% |
| Miete: | 9% |
| Zielumsatz: | 170.000 Euro brutto |

