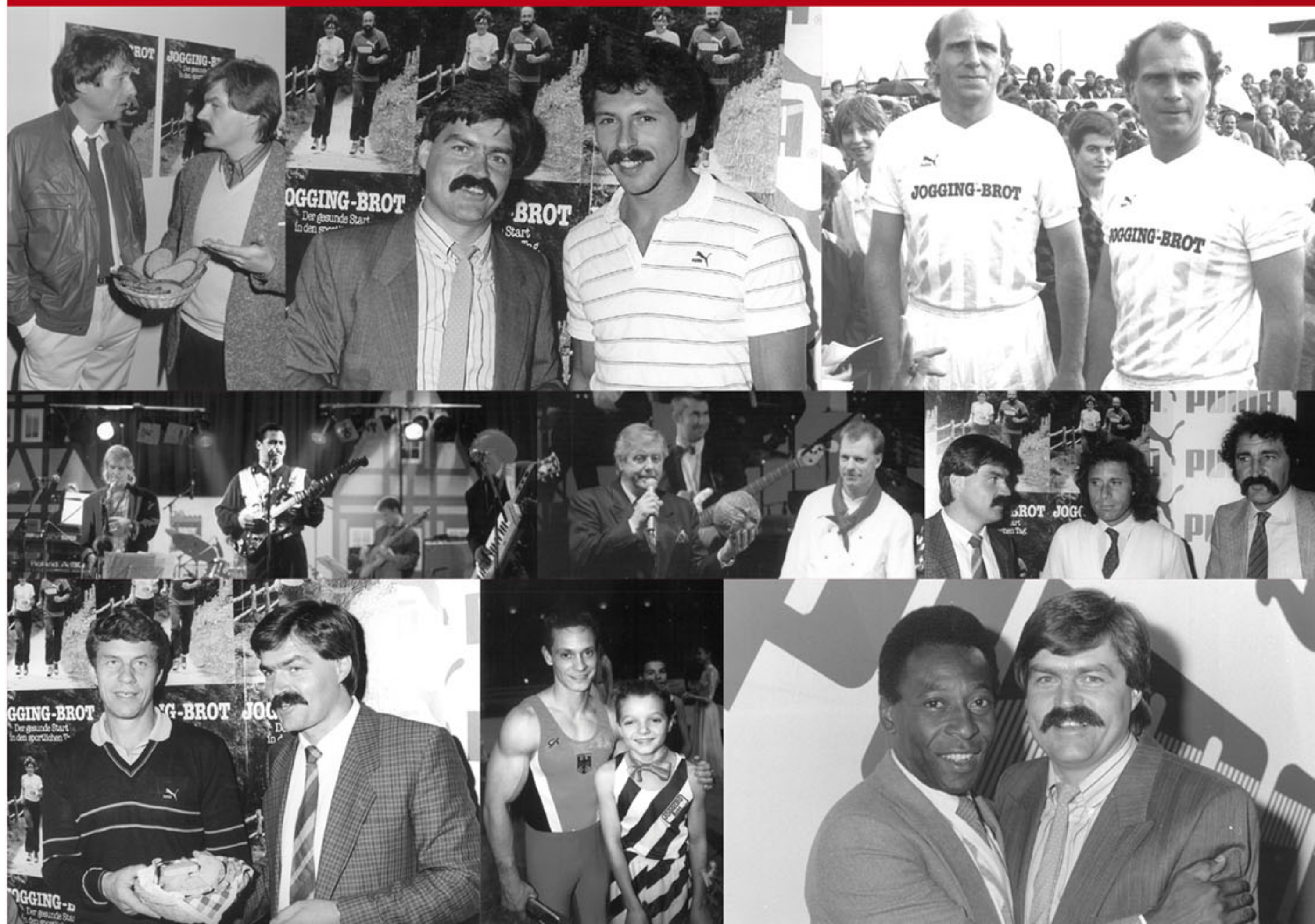




Backen ist unsere Welt

ULDO MILESTONES

**Über 45 Jahre Pionier und Impulsgeber,
Trendsetter und Wegbereiter.**
Streiflichter auf die Geschichte einer
Ideenfabrik der Bäckerbranche.



1960

Gründung der Uldo Backmittel GmbH.



1982

Übernahme des Unternehmens durch Walter Feucht,
Initiator und Inspirator der Uldo-Crew.



1984

DIE REVOLUTION.

**Jogging® Brot und Brötchen wurden im Markt platziert.
Ein Quantensprung für Uldo, aber auch für die ganze Branche.**

Mit für die Backmittelbranche gänzlich neuen Marketing- und Werbemethoden revolutionierte ULDO die Bäckerwelt und die der Backmittelhersteller. Die bisher sehr einseitige, fast langweilige und auch sehr konservative Präsentation von Brot schlechthin (gefaltete Hände, alles rustikal, Ähren etc. pp) ersetzte ULDO durch modernes Design und Lebensfreude. Gesunde Ernährung schmeckte plötzlich, war etwas Positives und der Slogan "Der gesunde Start in den sportlichen Tag" veränderte die Branche in ihren Grundfesten.

ULDO trat mit coolem Standdesign auf und startete mit weltbekannten Testimonials durch. Die Branche war fasziniert und versuchte uns auch oft zu kopieren. Mit dem weltbekannten Sportartikelhersteller Puma bestand eine langjährige Partnerschaft (ab 1985), die es ULDO ermöglichte, mit Sportstars wie Pele, Harald Schmidt, Lothar Matthäus, George Brett (damals US Superstar der Kansas Royals) oder Andre Agassi zusammenzuarbeiten und mit diesen Größen zu werben.

JOGGING® Brot&Brötchen

05



1988 Lufthansa

Über den Kooperationspartner Puma gelang der Einstieg bei der LSG, dem Inflight Service der Lufthansa.

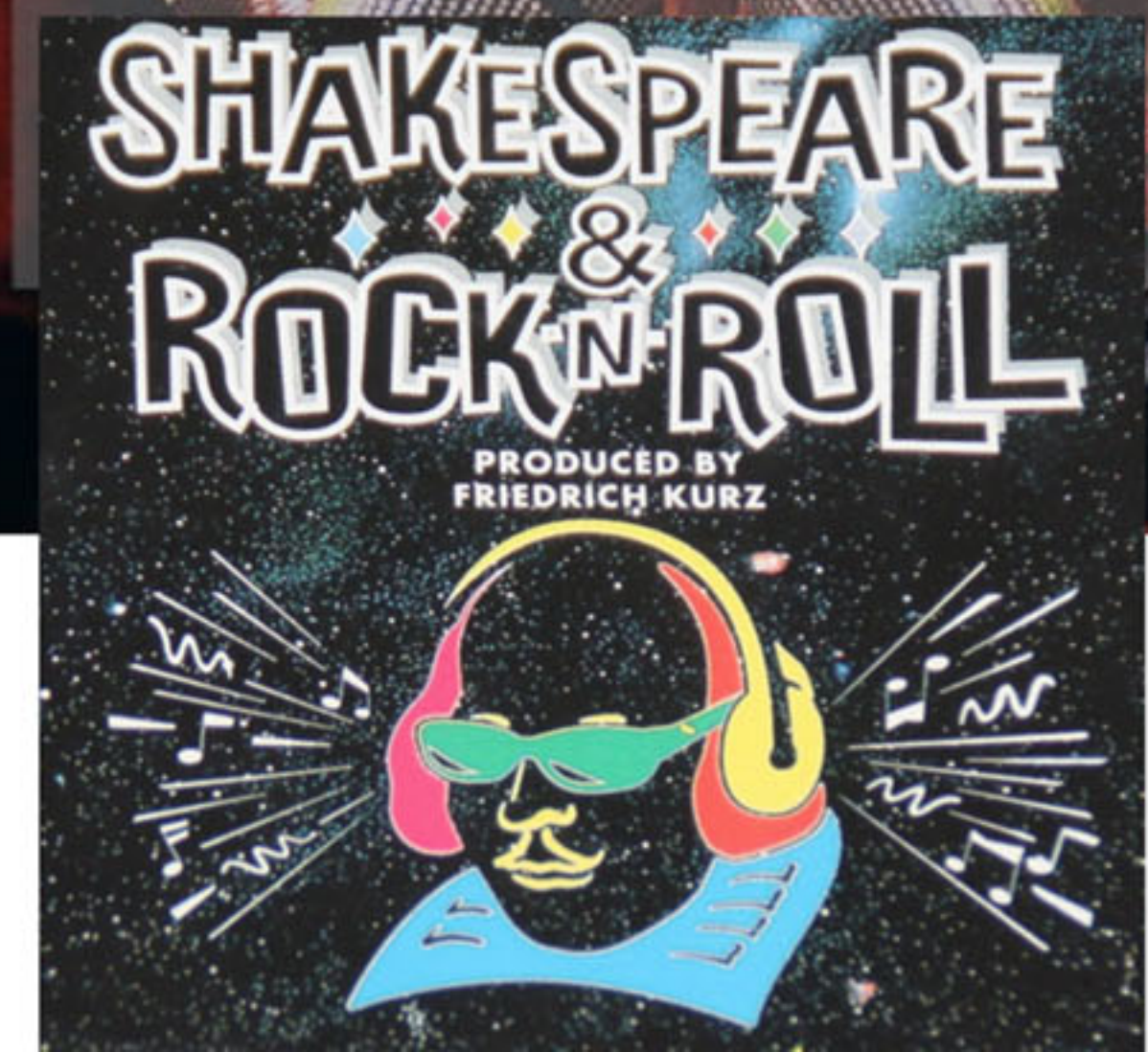
In der Folge wurden bei vielen Airlines in der First und Business Class Jogging® Brötchen angeboten.



1993/94

Start in die Incentive-Werbung mit Shakespeare and Rock 'n Roll.

Als die große Musicalwelle nach Deutschland schwappte, arbeiteten wir mit dem „Paten“ aller Musical-Erfolge, Friedrich Kurz, zusammen. Kunden besuchten das Musical „Shakespeare and Rock'n Roll“ in Berlin und konnten dort hinter die Kulissen schauen.



1994

Erste Musicalshow für Uldo-Kunden auf der Südback am Killesberg mit Stevie Woods & Friends.

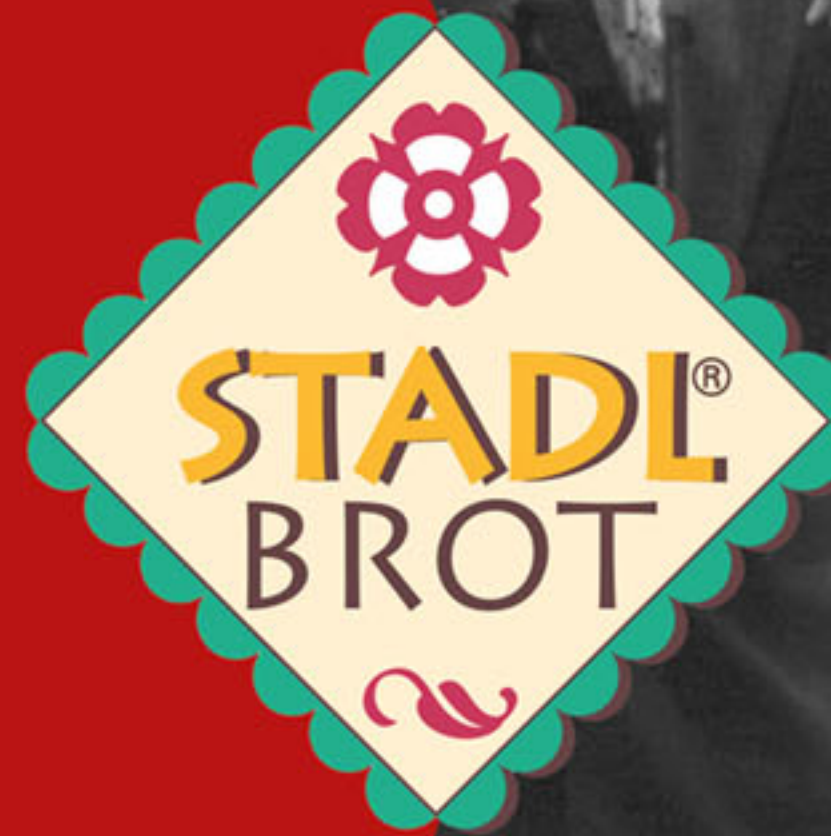
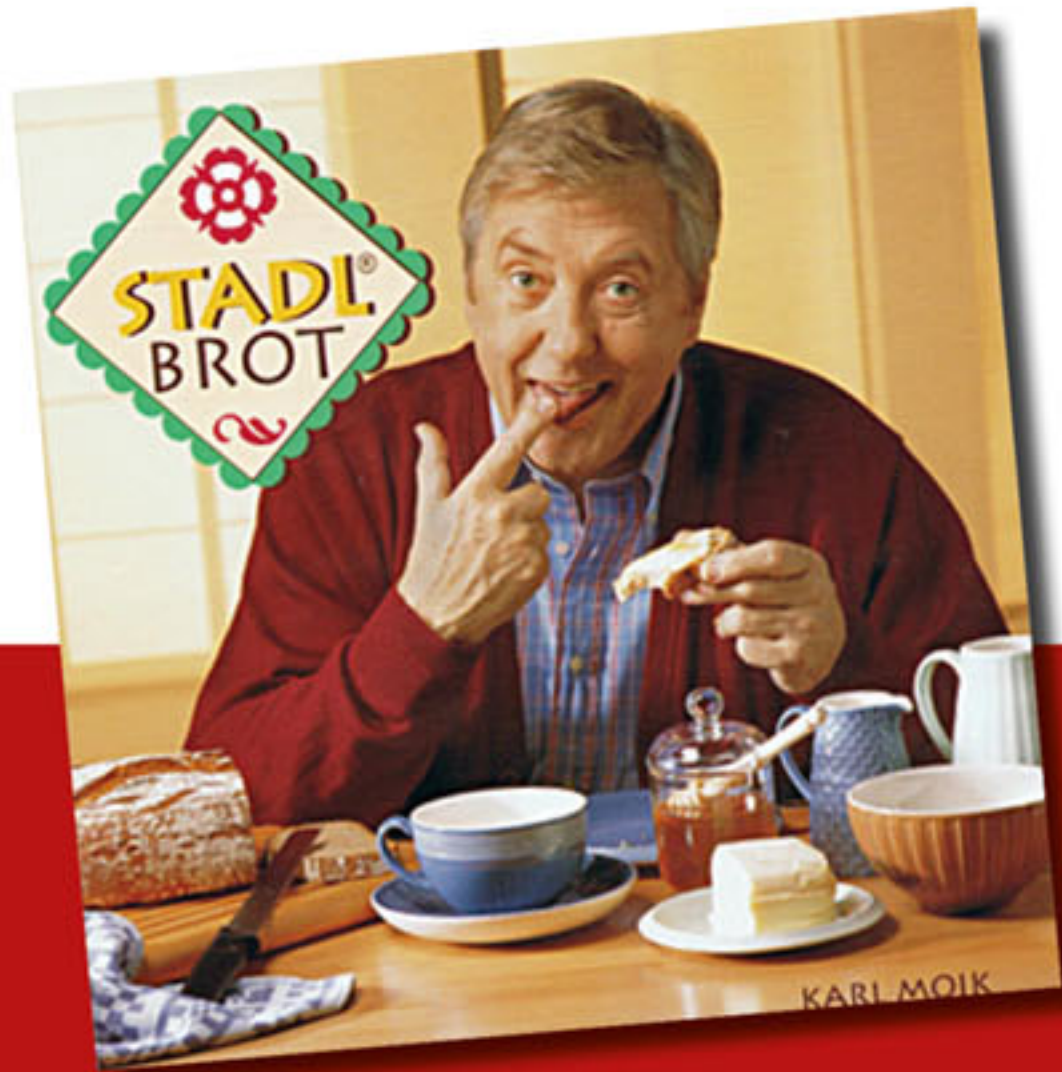
STEVIE WOODS



1995

Der volkstümliche TV-Star und Einschaltquoten-König Karl Moik präsentiert das bundesweit einmalige Crossover-Marketing von Brot und Musik: das Stadl®Brot.

Die Verbindung zwischen Volksmusik und rustikalem Brot zu schaffen, ein absolutes Novum! Das Produkt wird von ihm elf Jahre lang bei jedem seiner Auftritte während seiner Deutschland-Tourneen präsentiert – und die großen Uldo-Kunden (zum Beispiel: Steinecke, K&U) sind immer mit dabei.



1996

Werbevertrag mit Franziska van Almsick.

Bild

Was für ein Deal – der „Liebling“ der Deutschen bei Uldo unter Vertrag! Nicht nur die BILD berichtete über diesen Sensationsdeal. Die Fotos zur Kampagne schoss der Starfotograf Jim Rakete.



1996

Deutsches Haus in Atlanta.

Uldo backte jeden Abend frische Brezeln und Jogging® Brot für die 1200 Gäste des Deutschen Haus in Atlanta, insgesamt 33.000 Brezeln und ca. 15.000 Jogging® Brote. Und allen Sport- und Superstars hat es hervorragend geschmeckt! Auch in Salt Lake City, Sydney und Athen waren wir natürlich mit dabei!



Atlanta 1996

1996

Zusammenarbeit mit den „FLYING Superkids“ aus Dänemark.

Sie waren viele Jahre mit dem Jogging-Logo auf der Brust als unsere Produktbotschafter in aller Welt unterwegs. Sie traten in den USA, Japan und in fast allen europäischen Staaten auf, begeisterten die dänische Königin und Nelson Mandela, gewannen mehrfach den Zirkus-Oscar in Monte Carlo und sind und bleiben die beste Jugendshowgruppe der Welt: die Flying Danish Superkids!

12

FLYING SUPERKIDS®



28. Juli 2010:

Auftritt des „Greatest Children Ensemble in the world“ für unseren Kunden K&U im Einkaufszentrum „Shopping CITÉ“, Baden-Baden.

2000

**Zusammenarbeit mit dem Institut für Sporternährung in
Bad Nauheim, den damaligen Gurus der Sporternährung.**

Durch die Verwendung ihres Siegels waren wir unangreifbar in unseren Aussagen.
Bis zur neuen EU-Regelung durch die EFSA bestand diese Partnerschaft und wurde
viel genutzt.



2003

Übernahme von Pomp Duck and Circumstance in Berlin.

Die beste Dinnershow der Welt gehörte Uldo! Und wieder redete die ganze Branche über uns. Es wurde unter anderem auch der Marktkieker dort verliehen und natürlich gingen die besten Uldo-Kunden dort ein uns aus und feierten unter anderem mit Boris Becker rauschende Feste!



2006

Einführung der Uldo Bio-Linie, einer kompletten Produktpalette aus qualitativ hochwertigen Mischungen und Konzentraten.



uldobio
Gut backen. Aber natürlich!



2009

Fußball für unsere Kunden!

Nur bei Uldo bekommen die Bäcker Karten zu Bundesliga- und Champions League-Spielen des FC Bayern in einer Toploge in der Allianz Arena. Dazu tolle Business-Seats mit Catering beim VfB Stuttgart.



2012

Ernennung von Tanja Rumm zur Geschäftsführerin,
gemeinsam mit Walter und Gerhard Feucht.
Uldo ist somit in 3. Generation inhabergeführt.



we
are

TEAM ULDO

2013

Neuer Messestand und neue Messekleidung.

Und wieder redet die ganze Branche über uns, über unseren sensationellen Messestand sowie unsere sportlich-sympathische Team-Kleidung. Wir haben als erstes den „spießigen“ Dresscode der Branche gesprengt.



2014

Einführung vom Sportsfreund®,
dem Brötchen für Deutschland.

Ein Benefiz-Brötchen, das den „WIR“-Gedanken
der Deutschen stärkt und mit dem sich der Bäcker
auch bei seinen Kunden profilieren kann.



2015

Trikot-Spendenaktion zugunsten des „KNALLBONBON“.

Wir versteigern ein handsigniertes, getragenes Bayern-Trikot von Welttorhüter und Nationalkeeper Manuel Neuer.



20

Manuel Neuer

2016

Das Programmheft

2016 aus der Taufe gehoben und seit der Premiere jährlich auf unserem „Spielplan“: das Theater der Ideen. Mit diesem Magazin publizieren wir auf unterhaltsame Weise brandneue Uldo-Produkte und bereichern das Marketing unserer Kunden mit zugkräftigen Verkaufsideen.



2019



2018



2017



2016



21

2019

Der Publikumserfolg

Messen bedeuten für uns Kommunikation mit unseren Kunden und messen mit den Besten der Branche im Land. Bei dieser herausfordernden Aufgabe haben wir mit überzeugenden Auftritten immer Flagge gezeigt und Maßstäbe gesetzt – von der Gestaltung bis zur Kleidung, und mit den Produkten sowieso. 2019 konnten wir dies erneut eindrucksvoll auf der Südback demonstrieren, mit unserem viel gelobten Messestand „Theater der Ideen“.

