



UNTERNEHMEN

GETRÄNKE DREPS

- > **Unternehmen:**
Getränke Dreps, Barkhauser Str. 257, 33106 Paderborn
- > **Inhaber:**
Herbert Dreps
- > **Organisation:**
Einzelmarkt mit 360 m²
- > **Kundenfrequenz:**
80 bis 100 pro Tag
- > **Region:**
Paderborn und Umgebung
- > **Eigenmarken:**
Almeduft-Sekt
- > **Extras:**
großes Angebot an Bio-Getränken



Getränke Dreps ist eng mit vielen Partnern in der Region Ostwestfalen verbunden. Sie schätzen die Bereitschaft der Familie, ständig neue Wege zu gehen. Unser Foto zeigt Inhaber Herbert Dreps mit seiner Ehefrau Hannelore im GAM im Paderborner Ortsteil Wewer.

Erfolg mit Bio-Ware

GETRÄNKE DREPS. Vor zehn Jahren hat Herbert Dreps seinen Getränkemarkt im Paderborner Stadtteil Wewer erst vergrößert. Heute benötigt er Fläche eher für seinen großen Fuhrpark mit Fahrzeugen und Veranstaltungs-Equipment. Im Markt selbst nutzt er den Platz vorrangig für verschiedene Themenbereiche.

Mit einem Standard-sortiment gibt sich der 52-Jährige nicht zufrieden. Auch nicht mit Billigangeboten im Plastikformat. „Die beste Verpackung für Getränke ist immer noch das Glas“, sagt Herbert Dreps. In seinem 360 Quadratmeter großen Getränkemarkt setzt er auf außergewöhnliche Marken, will seine Kunden immer wieder überraschen und zu gesunden Produkten hinführen.

Das Thema Bio hat er deshalb schon vor zehn Jahren aufgegriffen. „Ich habe bemerkt, dass eine gewissen Kundenschicht sich dafür interessiert und mich umgeschaut“, sagt er. Seitdem arbeitet er eng mit der Neumarkter Lammsbräu Ökobrauerei in der Oberpfalz zusammen. Sie ist zu seinem Hauptlieferanten für Biobiere geworden.

„Ich habe mit ein paar Sorten angefangen. Heute sind es zehn spezielle Biobiere, die ich anbiete“, sagt Dreps. Er ist zufrieden und findet seine Abnehmer, auch wenn Ökobiere im zügigen Abverkauf ein Problem darstellen, da die Haltbarkeit begrenzt ist. „Das ist nicht immer so einfach und lastet letztendlich auf dem Händler“, sagt Dreps.

Dennoch will er jetzt neben den Biosäften, die er ebenfalls bereits im Angebot hat, auch mit Bio-wasser beginnen. Dieses wird sich in die Ladenreihe mit den anderen Bioprodukten einordnen und das sonstige Wassersortiment mit rund 60 Produkten gut erweitern. Getränke Dreps hat ohnehin seit

Jahren Erfolg mit artesischem Wasser wie Plose, Artesia oder St. Leonhard, das von gesundheitsbewussten Kunden sehr gern gekauft wird.

„Diese reinen Wasser, die aus eigener Kraft und großen Tiefen aus dem Boden sprudeln, sind für den menschlichen Körper viel gesünder, da sie die Ausscheidung von Giften und Schadstoffen fördern“, sagt Dreps. Er hält viel von diesen Dingen und studiert neue Erkenntnisse aus der Forschung. Ein Getränkehändler muss für sein Befinden immer etwas mehr wis-

sen bin hier herein gewachsen“, sagt der gelernte Großhandelskaufmann Herbert Dreps.

In der Region ist das Unternehmen fest verankert – die Vereine verlassen sich gern auf die Fachkompetenz der Familie. Der Service bei Großveranstaltungen reicht von der Beratung über die geeignete Sorten- und Mengenauswahl der Getränke bis zur Lieferung und zum Aufräumdienst. Hinzu kommt der Verleih von Festzeltgarnituren.

Das Unternehmen hält dafür fünf Kühlwagen, zehn Kühlanla-

gen auf 8.30 bis 14 Uhr gelegt“, sagt er. Zusätzlich ist es aber jedem Kunden auch kurzfristig möglich, Getränke zu ordern.

Herbert Dreps bringt hierzu gern das Beispiel eines Kunden, der ihn einst von einer privaten Silvesterparty geholt hat und bis heute bei ihm Getränke einkauft. Lange Bindungen geht der Getränkehändler auch mit seinen Gastronomie- und Vereinsobjekten ein. Rund 25 Partner zählt er in diesem Bereich, für den er allerdings nie Kredite geben würde. „Wir finanzieren keine neuen Objekte, um die Gastronomen dann langfristig an uns zu binden. Dafür sind wir zu klein mit unseren acht Mitarbeitern“, sagt der Unternehmer.

ÜBERSICHTLICHKEIT EIN WICHTIGER FAKTOR

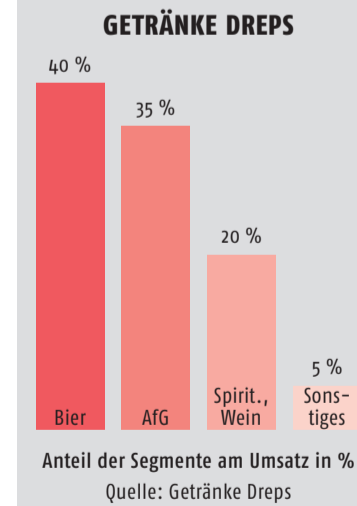
Jedoch empfindet er gerade die Tatsache der Übersichtlichkeit als Wettbewerbsvorteil. „Wir gehen auf jeden Wunsch unserer Kunden ein. Da viele direkt mit mir sprechen, weiß ich auch genau um die Bedürfnisse jedes einzelnen“, sagt Herbert Dreps. Seine Unternehmensphilosophie umschreibt er gern mit einem Sixpack: regional, speziell, persönlich, individuell, flexibel und grün.

„Wir achten ganz bewusst darauf, keine Komponente zu vernachlässigen“, sagt Dreps. Für Regionalität stehen bei ihm beispielsweise Angebote wie die Apfelannahme im Herbst, zu der die Kunden seit Jahren ihre eigenen Äpfel bringen. Herbert Dreps lässt dann Apfelsaft daraus herstel-

len. Die Kunden beziehen vergünstigten Saft aus dem Angebot im GAM. Speziell ist das umfangreiche Sortiment mit stets neuen Angeboten, beispielsweise im Cola- oder Bayernhaus im GAM.

Persönlich ist der Kontakt zur gesamten Familie Dreps, die viele Kunden lange Jahre schon kennt. Individuell ist der Kundenkontakt mit einem persönlichen Schwätzchen oder der Unterstützung bei der Auswahl der Getränkesorten.

SORTIMENT



Grün steht letztendlich für das breite Bioangebot oder das Sortiment der medizinischen Wässer wie beispielsweise das Lauretana, welches als leichtestes Wasser Europas gilt.

So schaut Herbert Dreps ständig auf Qualität und das besondere Etwas. Bei den regionalen Bieren wie das Paderborner, Detmolder, Hohenfelder oder Westheimer sowie den Wässern wie Warburger, Bad Driburger, Germeter geht es

dem Unternehmer eben auch um den Erhalt von Arbeitsplätzen in seinem direkten Umfeld. Bei der Zusammenarbeit mit der Creydt Fruchtsaft GmbH in Dassel oder der Bionade GmbH in Ostheim/Rhön will er vor allem die Produkte aus der Region fördern. Mit Angeboten wie der Josy Cola oder dem Josefsbräu aus der Josefsbrauerei in Olsberg setzt er ein Zeichen in Bezug auf den Umgang mit behinderten Menschen in unserer Gesellschaft.

Beim Nonfood-Sortiment mit glutenfreien Produkten, Kartoffeln aus regionaler Herkunft oder Käse aus der Schaukäserei der Käsestadt Nieheim steht sein eigenes Gesundheitsbewusstsein im Vordergrund.

So hat sich Getränke Dreps nunmehr seit vielen Jahren in den Köpfen der Kunden mit einer etwas anderen Art des Getränkehandels verankert. Die Familie achtet vehement darauf, dass dies so bleibt und geht selbstverständlich auch die Wege der Kundenbindung mit Kundenkarten, Present- und Kofferraumservice oder Gratisaktionen.

An Heiligabend stehen Herbert und Hannelore Dreps mit ihren Kindern im Getränkeabholmarkt, verkaufen Waffeln und alkoholfreien Glühwein. Das Geld wird anschließend für gemeinnützige Zwecke gespendet. „Vielleicht sollten wir das noch viel öfter tun“, sagt Herbert Dreps nachdenklich. Er hat schon wieder eine Idee im Kopf. ■

Silke Liebig-Braunholz