

## **Gustoland-Qualität jetzt auch für die Bedienungstheke**

***Gustoland-Angebot für Discount, Lebensmittelhandel, Fachgroßhandel und Großverbraucher / 18 neue Produkte / Erlebbarer Qualitätsanspruch***

Die Veredlungstochter der Westfleisch-Gruppe präsentiert auf der Anuga 2009 in Köln 18 neue Produkte für Discount, Lebensmitteleinzelhandel, Cash & Carry-Märkte, den Fachgroßhandel und neu - zur Renaissance der Bedientheke in Teilen des Handels - jetzt auch ein passendes Wurst- und Schinkenangebot für Bedientheken. Das Gustoland-Angebot reicht von „A“ wie Aktionsprodukte bis „Z“ wie Zentrale Leistungsartikel für den anspruchsvollen Einsatz.

Die langjährige Kompetenz der Westfleisch-Gruppe aus Münster wurde durch Gustoland erfolgreich als Vollsortimenter für Fleisch- und Wurstwaren im Discount-LEH etabliert. Die modernen Produkte von Gustoland in den Segmenten Rohwurst, Brühwurst, Kochwurst, Schinken und SB-Frischfleisch verbinden die praktische SB-Abwicklung am P.O.S. mit traditionellen Produktversprechen.

***Ausgefeilte Qualitäten -  
kompromisslose Frische***

Gustoland präsentiert auf der Anuga ausgefeilte Produktqualitäten mit einer attraktiven, neuen Verpackungsgestaltung, die den Anspruch kompromissloser Frische bis zum Kunden trägt. Über

### **Pressemitteilung**

Gustoland GmbH  
Industriestraße 8-14  
45739 Oer-Erkenschwick

Telefon +49-2368 61-300  
Fax +49-2368 61-237  
eMail: info@gustoland.de

10. Oktober 2009

**Sie finden uns auf der Anuga  
Halle 6.1 - Stand B.20**

die neue Verpackung wird der Qualitätsanspruch noch besser für den Endkunden erlebbar.

Verbraucher achten zunehmend darauf, wie Unternehmen ökologische, ökonomische und soziale Aspekte in Einklang bringen. Deshalb ist der Weg des Rohstoffs lückenlos und jederzeit nachvollziehbar erfasst. Die gesamte Westfleisch-Unternehmensgruppe setzt durch die vor zwei Jahren erfolgreich angelaufene „Qualitätspartner-schaft Westfleisch“ auf eine überprüfbare Glaubwürdigkeit. Mit dem Anspruch bewusster Nachhaltigkeit durch die Beachtung von Umweltschutz und Tierwohl, Regionalität, einer Frische-garantie sowie sozialer Verantwortung hat Westfleisch Maßstäbe gesetzt und ist eine Selbstverpflichtung weit über gesetzliche Normen eingegangen.

Auf den neugestalteten, attraktiven Gustoland-Verpackungen wird der Verbraucher über Qualität und Herkunft des verwendeten Rohstoffs informiert. Die gleiche Basis nutzen Discount und Lebensmittelhandel gern für ihre eigenen Marken.

### ***Marke macht stark***

Das Leben verändert sich und damit die Menschen und deren Bedürfnisse. Das trifft in besonderer Weise auch auf die Umsetzung professioneller Herstellungsverfahren zu. Fleisch- und Wurstwaren nehmen heute eine zentrale Rolle in den Einkaufsstätten ein, zumal sich deren Erfolg zunehmend an der Entwicklung kundenorientierter SB-Konzepte festmachen lässt. Dabei prägen unterschiedlichste Rezepturen und eine breite Vielfalt das Angebot. Gerade in dieser Abwechslung sieht Gustoland eine anspruchsvolle Herausforderung. Denn Frische, Geschmack und Qualität entscheiden mehr denn je neben dem Preis-/ Leistungsverhältnis über den Erfolg eines

Fleisch-Artikels. Bei Gustoland vereinen sich die traditionellen Metzger-Werte mit zukunftsweisenden Produkt-Konzepten zu einer wachsenden Marke.

### ***Erfolgreich im Export***

Qualität und Geschmack setzen sich beim Verbraucher durch. Der Erfolg im Ausland wird durch die zunehmende Nachfrage von den europäischen Nachbarn widerspiegelt. Das Gustoland-Konzept „spezielle Produkte für spezielle Märkte“ etabliert sich zuverlässig im nationalen und internationalen Markt.

Somit wird bei dem Fleischveredler konsequent nach der Devise gehandelt: Gustoland produziert für jedes Genießerland mit einer klaren Botschaft und einem hohen Anspruch - „Frische, die ich mag!“

[www.gustoland.de](http://www.gustoland.de)