



Zielpunkt – Sparen ist unser Ziel.

Diskont-Supermarkt mit neuem strategischem Konzept am Start

Wien, 22. April 2009: Der Launch der neuen klassischen Werbekampagne im 2008 war der Startschuss für die strategische Neupositionierung des österreichischen Diskont-Supermarkts Zielpunkt. Damit besinnt sich die Traditionsmarke auf ihre Stärken – die Kombination von Markenartikeln mit einer Vielzahl an preisgünstigen Eigenmarken.

Das Beste aus zwei Welten

Hervorgegangen aus der 1967 gegründeten LÖWA Warenhandel GmbH ist Zielpunkt bereits über 32 Jahre lang am österreichischen Markt erfolgreich. Mit seiner Positionierung als Diskont-Supermarkt verbindet der Lebensmitteleinzelhändler eine große Auswahl an Markenartikeln mit einem breiten Sortiment an Eigenmarken zu aggressiven Diskontpreisen. Nach dem wenig erfolgreichen Versuch der deutschen Konzernmutter Tengelmann, das österreichische Zielpunkt-Konzept durch die ‚europäische Marke‘ Plus zu ersetzen, kehrt das Zielpunktmanagement wieder zur Erfolgsstrategie der vergangenen Jahre zurück. „Wir haben große Erfahrung am heimischen Markt“, führt Johann Schweiger, Vorsitzender der Geschäftsführung bei Zielpunkt, aus. „Daher kennen wir die Bedürfnisse der österreichischen Verbraucher sehr gut. Und diese treffen wir mit unserer Kombination aus aggressiven Preisen und der breiten Auswahl eines Supermarkts. Wir führen derzeit etwa 4.500 Artikel, davon zirka 600 auf Diskontpreisniveau.“

Qualitätsprodukte aus der Region

Zielpunkt *punktet* bei den Österreichern schon seit Jahren mit seinem Feinkostpartner Schirnhofner. In etwa zwei Dritteln aller Zielpunktfilialen ist der Feinkostprofi mit einer eigenen Frischetheke vertreten. „Unsere langjährige Zusammenarbeit mit Schirnhofner führen wir selbstverständlich auch in Zukunft fort“, versichert Schweiger. „Die Zielpunkt-Kunden schätzen die Möglichkeit, auch beim Diskonter frische Fleisch- und Wurstwaren aus Österreich in Top-Qualität zu bekommen. Mit diesem Zusatzangebot heben wir uns deutlich von der Konkurrenz am Diskontmarkt ab.“ Und auch



darüberhinaus setzt Schweiger mit seinem Team auf Produkte aus der Region. Bereits bis dato bezog Zielpunkt weit über 80 Prozent seines Sortiments von inländischen Lieferanten; und dieser Anteil soll weiter gesteigert werden.

Verantwortung für die Region

Zielpunkt betreibt derzeit österreichweit 360 Filialen, darunter 148 in der Bundeshauptstadt. Neben den 3.300 Mitarbeitern, die zur Zielpunkt-Familie gehören, trägt der Diskont-Supermarkt auch Verantwortung für viele regionale Produzenten. „Wir beziehen inzwischen 84 Prozent unserer Artikel aus Österreich“, erläutert Schweiger. „Es entspricht unserer Unternehmensphilosophie, dass wir mit unserer Geschäftstätigkeit auch österreichische Zulieferbetriebe unterstützen wollen. Und auch unsere Kunden schätzen diese Strategie. Denn heimische Produkte treffen den Geschmack der österreichischen Konsumenten.“

„Heimischer LEH-Markt bleibt bunter“

Neben den ‚Großen‘ der heimischen LEH-Szene bleibt mit Zielpunkt ein weiterer Player am Markt. „Nicht nur unsere eigenen treuen Kunden freuen sich über einen weiterhin unabhängigen Zielpunkt“, ist Schweiger überzeugt. „Wir konnten im Herbst 2008 die Verhandlungen mit unseren Lieferanten für das laufende Jahr 2009 wieder sehr erfolgreich abschließen. Und das Feedback unserer Partner war äußerst positiv. Denn die Fortsetzung der Zielpunkt-Geschichte bedeutet nicht nur für den österreichischen Konsumenten eine größere Auswahl; sondern auch die heimische Industrie profitiert von einem zusätzlichen Vertriebspartner.“

Soziales Engagement – bei Zielpunkt

Schon seit vielen Jahren engagiert sich Johann Schweiger für diverse Hilfsprojekte im In- und Ausland. „Es ist mir ein ganz persönliches Anliegen, nach unseren Möglichkeiten karitative Projekte zu unterstützen“, meint Schweiger. „Ich empfinde es als absolute Verpflichtung für diejenigen, die dazu in der Lage sind, gesellschaftliche Verantwortung für die Schwächsten zu übernehmen. Gemeinsam mit der CARITAS dürfen wir mittlerweile schon seit fünf Jahren ein Projekt finanziell mit tragen, im Rahmen dessen Kinder mit Beeinträchtigungen und aus schwierigen sozialen Verhältnissen zu Therapien gelangen, die die öffentliche Hand nicht finanziert. Wir fühlen uns dem Engagement der Caritas sehr verbunden.“ Insgesamt wurde in fünf



Jahren ein Spendenvolumen von mehr als 230.000 Euro an die Caritas – St. Isidor überwiesen. 2008 kam mit der Wiener Einrichtung *Am Himmel* ein neues Projekt hinzu. Die Mittel fließen in die psychotherapeutische Arbeit mit Kindern, die neben ihren körperlichen Beeinträchtigungen auch unter schwierigen sozialen und emotionalen Lebenssituationen zu leiden haben.