



www.zielpunkt.at

Zielpunkt als Nahversorger: Breites, punktgenaues Sortiment

„Genau was ich brauch“

Frischetheke, Bio-Produkte, Preiseinstieg und Ethno-Food

(Wien, im Oktober 2011; Zielpunkt) Zielpunkt als heimischer Nahversorger lässt die klassischen Greißler-Werte wie Nähe, Konzentration auf das Wesentliche und Frische zum besten Preis wieder aufleben. Der Slogan „Genau was ich brauch“ steht für die Sortimentsvielfalt.

Zielpunkt bietet eine Vielzahl an Markenartikeln sowie preisgünstigen Eigenmarken an. Neu im Sortiment ist die Bio-Linie aus Österreich.

„Genau was ich brauch“ im Regal

Der Supermarkt punktet bei seinen Kunden mit einem optimierten Sortiment.

DDI Jan Satek, Vorstandsvorsitzender von Zielpunkt erklärt: „Unsere Markenvielfalt kann sich sehen lassen. Der tägliche Einkauf unserer Kunden wird ab sofort noch leichter. Wir sortieren unsere Produkte nach Sorten und nicht nach Marken. Das bedeutet, dass beispielsweise alle Erdbeer-Marmeladen nebeneinander stehen und der Kunde auf einen Blick die Auswahl erkennen kann.“

Schirnhofner als Partner: Beste Fleisch- und Wurstwaren aus Österreich

Zielpunkt Kunden erfreuen sich seit Jahren an den Produkten des Feinkost-Partners Schirnhofner. In über 200 Zielpunkt Filialen bietet der steirische Feinkost-Spezialist frische Fleischwaren- und Wurstwaren aus Österreich an der Bedientheke an.

„Kunden wollen mehr denn je frische Fleisch- und Wurstwaren aus Österreich in Top-Qualität, diesen Wunsch erfüllt Zielpunkt gerne“, freut sich Satek, seinen Kunden ein umfangreiches Angebot bieten zu können. Frisches Brot und Gebäck sowie Käsespezialitäten in Bedienung ergänzen das Angebot.

Bio-Produkte für alle: „natürlich für uns“

Unter der Marke „natürlich für uns“ bietet Zielpunkt seit rund einem Jahr ein breites Sortiment an österreichischen Bio-Produkten an. „Nicht nur Bio, sondern auch Regionalität stehen im Mittelpunkt einer bewussten Ernährung. Deshalb wird der Großteil der Produkte von mittelständischen österreichischen Unternehmen hergestellt. Natürlich in geprüfter und zertifizierter Bio-Qualität“, erklärt Satek. So garantiert Zielpunkt nicht nur den Einsatz erstklassiger Rohstoffe, sondern leistet durch kurze Transportwege und -zeiten auch einen wertvollen Beitrag zum Klimaschutz.



„Durch die enge Zusammenarbeit mit regionalen Bio-Bauern wird die Rückverfolgbarkeit der Produkte bis zum Bauern gewährleistet. Unsere "natürlich für uns" Bio-Erdäpfel stammen aus der Erzeugergemeinschaft „Mühlviertler Granitland Erdäpfel“, unsere Bio-Bauern stehen für höchste Qualität und regionale Wertschöpfung“, so Satek weiter.

Die Produkte der Bio-Eigenmarke „natürlich für uns“ werden von den heimischen Bauern besonders schonend verarbeitet.

Sorgfalt, die man schmeckt

Diese Sorgfalt schmeckt man: „natürlich für uns“-Produkte bieten Genuss pur. Die Produktpalette von „natürlich für uns“ umfasst neben frischem Obst und Gemüse, auch Fleisch- und Wurstwaren, Käse und Sojaprodukte sowie alle klassischen Lebensmittel des täglichen Bedarfs wie Zucker, Reis und Teigwaren.

Derzeit besteht das Sortiment von „natürlich für uns“ aus ca. 130 verschiedenen Produkten. Die Marke befindet sich in der Ausbauphase und wird laufend um hochwertige Bio-Produkte erweitert.

Herkunft: Österreich

Molkereiprodukte, Käse, Fleisch- und Wurstspezialitäten haben zu 100 % österreichische Herkunft. Die Tiere für die "natürlich für uns" Fleisch- und Wurstprodukte sind in Österreich geboren, aufgewachsen und werden hier geschlachtet und verarbeitet. Durch die Reduktion von Zusatzstoffen weit unter die gesetzlichen Grenzwerte steht bei Produkten von "natürlich für uns" der natürliche Geschmack im Vordergrund.

„Die Nachfrage nach Bio-Produkten steigt weiterhin. Mit den bisherigen Umsatzentwicklungen sind wir sehr zufrieden und streben für das kommende Jahr zusätzliches Wachstum an“, fasst Satek zusammen.

Obst und Gemüse aus der Region

Einen Schwerpunkt im "natürlich für uns" Segment bildet das Obst- und Gemüseregal: So wird besonders auf möglichst kurze Transportwege als wertvoller Beitrag zum Klimaschutz geachtet.

Fair Trade? Auch für heimische Bauern muss das gelten!

Das Qualitätsmanagement reicht bis zu den bäuerlichen Produzenten und garantiert eine faire Zusammenarbeit sowie ständige Weiterentwicklung der Qualitätssicherung. Jedes "natürlich für uns" Produkt wird mindestens einmal jährlich über das Maß der Lieferanten hinaus durch ein unabhängiges externes Institut auf Einhaltung der gesetzlichen Normen und der "natürlich für uns" Qualitätsstandards geprüft.



Der Trend zu biologischen Lebensmitteln aus Österreich wird besonders in der Zukunft umfassende Chancen für die heimische Landwirtschaft bieten. Der Lebensmittelhandel muss sich seiner Verantwortung stellen und einen Kompromiss zwischen größtmöglicher Auswahl an Lebensmitteln und ökologisch vertretbarem Verhalten finden. Abfallvermeidung ist das Thema der nächsten Jahre. Denn: Nachhaltigkeit und Ökologie sind Themen, die Handel, Produzenten und Konsumenten gemeinsam lösen müssen.

Ausgezeichnete Produkte aus der Ferne

Großes Tun mit einem kleinen Zeichen – hinter dem Slogan von FAIRTRADE steht auch Zielpunkt als heimisches Handelsunternehmen mit sozialer Verantwortung. Fairer Handel und ein partnerschaftlicher Umgang mit unseren Produzenten sind uns wichtig. Daher unterstützt Zielpunkt fair gehandelte Produkte und führt diese auch im Sortiment.

Eigenmarke „Jeden Tag“: Umfassende Produktpalette zum günstigen Preis

Im Preiseinstiegssegment können sich Kunden seit Mai 2011 aus dem „Jeden Tag“-Sortiment bedienen. Unter der neuen Zielpunkt Eigenmarke werden qualitativ hochwertige Produkte zu günstigen Preisen angeboten. „Wer „Jeden Tag“ bei Zielpunkt einkauft, muss nicht mehr zum Diskonter“, so Satek.

Die Produkte haben einen regionalen Bezug und werden nach „dem österreichischen Geschmack“ hergestellt. „Das ‚Jeden Tag‘- Sortiment umfasst aktuell ca. 200 Artikel und wird laufend ausgebaut. Unsere Kunden erkennen die Produkte an der einheitlichen Kennzeichnung“, erklärt Satek.

„Ethno“: Produkte aus der Balkanregion und der Türkei boomen

Laut Statistik Austria (Mikrozensus Arbeitskräfteerhebung 2009) sind 17,8 % der Österreicher Zuwanderer der ersten oder zweiten Generation. Menschen mit Migrationshintergrund konnten Lebensmittel aus der Heimat bis dato nicht flächendeckend in Österreich beziehen. Zielpunkt sieht hier eine große Chance und bietet seit einiger Zeit speziell importierte und handverlesene Produkte aus der Balkanregion und der Türkei an. Ein eigenes Regal – der „Ethno-Meter“ – fasst alle Produkte zusammen.

„Wir subsumieren unter ‚Ethno‘ eine Vielzahl an Lebensmitteln – das Sortiment ist ein klarer Wachstumsmarkt“. Zielpunkt sieht das Ethno-Sortiment als wesentlichen Faktor, der sowohl Menschen mit Migrationshintergrund, als auch Österreicher, die bei Reisen „auf den Geschmack gekommen sind“ und sich „Urlaub zuhause“ gönnen wollen, anspricht. Speziell im urbanen Bereich greifen auch viele Österreicher zu Ajvar & Co.



„Die angebotenen türkischen und kroatisch/serbisch/bosnischen Artikel kommen wirklich sehr gut an und differenzieren uns von unseren Mitbewerbern“, so Satek. Das Spezialsortiment wurde im vergangenen Jahr in 100 Zielpunkt Filialen getestet und mittlerweile auf alle Standorte ausgerollt. „Hier kommt uns unsere Flexibilität zu Gute: Wir können je nach Standort entscheiden, wie groß oder klein wir die Ethno-Fläche gestalten.“ In Ballungsräumen wie Wien und den Landeshauptstädten wurde die ursprünglich 25 Produkte umfassende Produktpalette mittlerweile auf bis zu 80 Einzelartikel ausgeweitet.

„Die Heimat schmecken zu wollen ist ein mehr als verständliches Bedürfnis“, ist Jan Satek überzeugt.

Spezialisten mit Migrationshintergrund wählen Sortiment

Das Sortiment wird von Spezialisten in enger Abstimmung mit den Konsumenten zusammengestellt und umfasst Frische- wie auch Trockenprodukte und ein kleines Tiefkühlsortiment. Das Angebot reicht von landestypischen Gewürzen, Keksen, Süßwaren, Schokoladen, Kaffee-Sorten, Fertigprodukten wie Packerlsuppen oder Dosengerichten bis hin zu Limonaden und Energy-Drinks. Käseprodukte, getrocknete Hülsenfrüchte und Kerne, Wurst, Joghurt sowie in Essig und Öl eingelegtes Gemüse wird in passenden Grammaturen von bis zu 5 kg angeboten. Auch Halal-Produkte mit Zertifikat sind bei Zielpunkt erhältlich.

Das Sortiment wird laufend evaluiert und bei entsprechender Umsatzentwicklung natürlich ausgebaut. Die einzige Limitierung oder Begrenzung liegt in der Produktkennzeichnung, da alle in Österreich angebotenen Lebensmittel verpflichtend in deutscher Sprache gekennzeichnet werden müssen.

Über Zielpunkt:

Zielpunkt punktet bei den Österreichern mit einer Vielzahl an Markenprodukten und Artikeln zu Diskontpreisen sowie mit seinem Feinkostpartner Schirnhöfer. Zielpunkt positioniert sich als Nahversorger, passt sein Sortiment der jeweils regionalen Bevölkerung an und setzt Initiativen für unterschiedliche Konsumenten-Zielgruppen. Derzeit profitieren alle Senioren am Mittwoch von einem 10%igen Preisnachlass. Zielpunkt betreibt österreichweit 301 Filialen und beschäftigt etwa 3.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Rückfragehinweis:

Martina Tuma
ACCEDO Austria
Tel.: 01 / 533 87 00-15
Fax: 01 / 533 87 00-20
martina.tuma@accedogroup.com
www.accedogroup.com