Da bin ich mir sicher.

Medieninformation

50 Jahre HOFER: Mit Preis und Qualität zum Erfolg

Im Jahr 1968 nahm die HOFER KG ihre Geschäftstätigkeit in Österreich auf. Heute, 50 Jahre später, präsentiert sich der Lebensmittelhändler moderner und innovativer als je zuvor: Sortimentserweiterungen, Wachstumsstrategien und Nachhaltigkeitsprojekte haben die Firmengeschichte nachhaltig geprägt und HOFER zu Österreichs Nummer 1 im Lebensmittelhandel[1] aufsteigen lassen.

(Sattledt, 22. Jänner 2018; HOFER) Einfach, verantwortlich und verlässlich: HOFER baut seinen Erfolg seit jeher auf klar definierten Grundwerten auf und richtet sich nach den Wünschen des Kunden aus. Der Lebensmittelhändler hat das Diskontprinzip in Österreich eingeführt und über die letzten 50 Jahre kontinuierlich weiterentwickelt. Vom einstigen „Palettenverkauf" ist kaum mehr etwas zu spüren, der Hard Diskonter ist dem Smart Diskonter gewichen. HOFER ist somit seinen Werten stets treu geblieben, hat diese aber dennoch im Laufe der Zeit immer wieder neu interpretiert.

„Wir konzentrieren uns stets auf das Wesentliche, überzeugen mit starkem Sortiment zum besten Preis und garantieren höchste Frische und Qualität unserer sorgfältig ausgewählten Produkte. Diese Strategie hat uns zum Erfolg geführt. Und dieser Strategie wollen wir auch in den kommenden 50 Jahren treu bleiben", fasst HOFER-Generaldirektor Günther Helm die Philosophie des Lebensmittelhändlers zusammen, die sich im Unternehmens-Slogan widerspiegelt: „HOFER. Da bin ich mir sicher."

Und dieser Slogan kommt nicht von ungefähr, überzeugt doch HOFER mit beeindruckenden Zahlen: Waren es 1968 im Osten und Südosten Österreichs noch vereinzelte Filialen, werden heute österreichweit knapp 480 topmoderne Märkte - mehr als 100 alleine in Wien - von sieben Zweigniederlassungen betreut. In diesen finden sich rund 1.000 Produkte des täglichen Bedarfs, ergänzt durch wöchentlich wechselnde Aktionsartikel, alle sorgfältig ausgewählt und geprüft von internen und externen Profis. Und nach nunmehr fünf Jahrzehnten tragen mehr als 11.000 motivierte Mitarbeiter - vom Verkaufsmitarbeiter, Filialleiter und Regionalverkaufsleiter über den Einkäufer, Qualitätsmanager und Logistiker bis hin zum IT-Profi, Controller und Marketing-Spezialisten - zum Erfolg des Lebensmittelhändlers bei.

Geschichte im Schnelldurchlauf

1968 nimmt die HOFER KG ihre Geschäftstätigkeit in Österreich auf. Alleine in den ersten zehn Jahren expandiert der Lebensmittelhändler in enormem Tempo, baut insgesamt vier Zweigniederlassungen in Hausmannstätten (Stmk), Sattledt (OÖ), Rietz (T) und Trumau (NÖ) und übersiedelt die Hauptniederlassung von Wien nach Oberösterreich. Ab 1980 steht neben der quantitativen insbesondere die qualitative Offensive im Vordergrund. Neue Filialen mit erweitertem Ladenkonzept und größerem Aktionsartikelsortiment, ab 1983 auch ausgestattet mit Kühlregalen für Frischeprodukte, gehen an den Start. 1998 erfolgt - neben der kontinuierlichen Aufstockung des Angebots - die Sortimentserweiterung um Tiefkühlkost, 2002 und 2006 die Einführungen der Bio-Marken „Natur aktiv" und „Zurück zum Ursprung".

Letztere zählt heute zu den bekanntesten Nachhaltigkeits-Marken des Landes. Was einst mit elf Milchprodukten begann, umfasst heute ein Angebot von jährlich über 400 Bio-Artikeln aus Österreichs Regionen. Alle Produkte sind dabei

[1] **Quelle:** Best Retailer 2017 - eine von Kantar TNS Austria durchgeführte Studie im Auftrag des Handelsmagazins CASH, bei welcher der österreichische Lebensmitteleinzelhandel aus Sicht der Konsumenten bewertet wird: Die Österreicher haben HOFER zum Gesamtsieger im Lebensmittelhandel und jeweils zum Sieger in den fünf Kategorien Preis, Personal, Infrastruktur, Image und Marketing gewählt.

rückverfolgbar bis zurück zum Ursprung, also bis zum Produzenten - denn Nomen ist hier Omen. Darüber hinaus punktet HOFER mit rund 30 verschiedenen knusprigen Brot- und Gebäcksorten aus der BACKBOX. Das Brot- und Backwarensystem sorgte im Testbetrieb 2012 für einen Überraschungseffekt, war der Verkauf von frisch gebackenem Gebäck zum damaligen Zeitpunkt für einen Diskonter recht untypisch. Im Jänner 2014 startete der österreichweite und nun fast abgeschlossene Rollout, seither werden alle HOFER-Filialen mit BACKBOX und der daran angeschlossenen COOLBOX mit ihren frischen Snacks ausgestattet. Auch die edlen Tropfen aus der in Holzdesign gehaltenen Vinothek und die knapp 30 Fleisch- und Wurstwaren aus verantwortungsvoller Tierhaltung von „FairHOF" sind aus dem Sortiment nicht mehr wegzudenken.

Für eine wahre Revolution sorgte HOFER 2015 mit der Einführung von HoT. Das Mobilfunkangebot überzeugte von Anfang an mit günstigen Preisen ohne Servicepauschale und ohne Vertragsbindung. Die neuen Tarifmodelle ließen innerhalb kürzester Zeit auch bei anderen Anbietern die Preise purzeln, die Wechselbereitschaft war hoch wie nie. Heute - nur drei Jahre nach dem Start - zählt HoT mit über 750.000 Kunden zu den größten Mobilfunkanbietern in Österreich.

Internationale Ausrichtung

Nach der nationalen Ausdehnung - zuerst in Hausmannstätten (Stmk), Sattledt (OÖ), Rietz (T) und Trumau (NÖ), später mit neuen Zweigniederlassungen in Stockerau (NÖ, ab 1988), Weißenbach (Ktn, ab 2003) und Loosdorf (NÖ, ab 2004) - wurde die internationale Expansion fortgeführt. So zeichnet die HOFER KG seit 2005 für die Expansion ins benachbarte Ausland verantwortlich: 2005 wurde das Diskont-Prinzip auf Slowenien und die Schweiz, 2008 auf Ungarn ausgedehnt - und heuer wird Italien als weiteres Land folgen.

Nachhaltige Großprojekte

Vor 50 Jahren zählte unternehmerische Verantwortung noch nicht zwingend zu den Themen der ersten Reihe - heute hingegen prägen ganzheitliche Nachhaltigkeitsstrategien unter dem Dach der Initiative „Projekt 2020" sämtliche Unternehmensbereiche. HOFER treibt dadurch Themen rund um Umwelt- und Klimaschutz sowie soziales Engagement aktiv voran. Eindrucksvollstes Beispiel ist hierbei der Schritt in die CO_2-Neutralität: Seit Jänner 2016 arbeitet HOFER zu 100 % CO_2-neutral und wurde dafür mit dem Energy Globe World Award ausgezeichnet.

Um auch in Zukunft qualitativ hochwertige Produkte anbieten zu können, bedarf es außerdem eines sorgsamen Umgangs mit den natürlichen Ressourcen dieser Erde - ein Thema, dem HOFER unter anderem mit einer eigenen Tierwohl-Policy und dem Einkauf vieler Produkte aus nachhaltig zertifizierten Quellen nachkommt. Speziell das Projekt „Wir schwärmen für Bienen" sorgte in diesem Zusammenhang für breites Interesse, da es ohne die Bestäubung durch die fliegenden Helfer rund ein Drittel aller Lebensmittel nicht mehr geben würde. Mit riesigen Photovoltaikanlagen auf den Lagerdächern, klimaschonender Filialtechnik, der Abgabe übrig gebliebener Lebensmittel an Sozialmärkte und Tafeln und eigens ins Leben gerufenen Flurreinigungsaktionen zeigt HOFER auf, wohin die weitere Reise gehen soll.

Auf weitere 50 Jahre...

HOFER wird auch in den kommenden Jahren den Filialexpansions- und Modernisierungskurs fortführen, um die Einkaufswege zu verkürzen, dadurch als Nahversorger aufzutreten und das Shoppingerlebnis für die Konsumenten noch attraktiver zu gestalten. Trends wie Regionalität und Frische, Convenience Food und Lebensmittel für besondere Ernährungsbedürfnisse sowie bewusste Ernährung und die kontinuierliche Reduktion von Salz und Zucker werden ebenfalls in Zukunft wichtige Themen bleiben.

Was sich verändert, sind die Berufsbilder, die HOFER seinen bestehenden und potenziellen neuen Mitarbeitern anbietet. Zusätzlich zu den klassischen Tätigkeitsfeldern im Einzelhandel - wie Verkauf, Logistik oder Verwaltung - spielt die Digitalisierung und damit verbundenes Know-how eine zunehmende Rolle. Schon in den letzten Jahren wurde die interaktive Kundenkommunikation schrittweise ausgebaut. Und das mit Erfolg: Heute erreichen maßgeschneiderte Newsletter eigens ausgewählte Zielgruppen, Kunden werden über Customer Experience-Plattformen selbst zu Produkttestern und über „HOFER liefert" können spezielle Artikel bequem von zu Hause aus bestellt und bezahlt werden, um nur drei Beispiele zu nennen. Im Hintergrund all dieser Prozesse arbeiten Spezialisten an passenden Lösungen, die für eindrucksvolle Zahlen sorgen: So haben sich bereits über 60.000 Personen bei der interaktiven Plattform „MEIN HOFER" für Produkttests registriert. Ca. 320.000 Kunden haben bis heute über „Meine Meinung. Mein HOFER" ihr Einkaufserlebnis online bewertet. Und die Anzahl an Bestellungen über „HOFER liefert" steigt ebenfalls von Tag zu Tag.

„HOFER ist für die Zukunft bestens gerüstet. Gemeinsam mit unseren Kunden, Partnern und Mitarbeitern wollen wir den eingeschlagenen Weg fortführen: Als Smart Diskonter mit dem Prinzip des ‚one-stop-shopping' decken wir weiterhin alle Produkte des täglichen Bedarfs ab, überraschen mit Produktneuheiten und machen unseren Kunden das Leben so einfach wie möglich. Als fairer und verlässlicher Partner für unsere Lieferanten sind wir bekannt dafür, die Zusammenarbeit über viele Jahre und oftmals Jahrzehnte hinweg zu pflegen. Und als beliebter Arbeitgeber sind wir Jobmotor für ganz Österreich", so Günther Helm.

Über HOFER

Die HOFER KG zählt mit knapp 480 Filialen und mehr als 11.000 motivierten Mitarbeitern zu den erfolgreichsten österreichischen Lebensmitteleinzelhändlern. Dies bestätigt auch Platz 1 bei der Konsumentenumfrage „Best Retailer" von CASH und Kantar TNS Austria. Das Unternehmen mit Sitz in Sattledt garantiert unter dem Motto „Da bin ich mir sicher." höchste Qualität zum günstigen HOFER-Preis. Das Standardsortiment umfasst rund 1.000 Produkte des täglichen Bedarfs, ergänzt durch wöchentlich wechselnde Aktionsartikel. HOFER setzt sich aktiv für Klimaschutz ein, arbeitet seit Jänner 2016 zu 100 % CO_2-neutral und wurde dafür mit dem Energy Globe World Award ausgezeichnet. Zu HOFER S/E zählen neben HOFER Österreich die Schweiz, Slowenien, Ungarn und künftig auch Italien.

Rückfragehinweis

Cathleen Völkel & Johanna Tautschnig – ROSAM.GRÜNBERGER | Change Communications
Tel.: 01/90 42 142-214 und -228
E-Mail: cathleen.voelkel@rosam-gruenberger.at; johanna.tautschnig@rosam-gruenberger.at

Bildbeschriftung & Fotocredit

Bildbeschriftung: 50 Jahre HOFER in Bildern: Filialdesign im Wandel der Zeit.
Fotocredit: HOFER; Bildmaterial steht für redaktionelle Zwecke frei zur Verfügung.