



Da bin ich mir sicher.



„Der Sommer wird nice“: HOFER hält mit neuer Werbekampagne den Ohrwurm für den diesjährigen Sommer bereit

Nach flotten Hip-Hop-Beats und starreifer Hollywood-Anleihe darf es dieses Jahr bei HOFER wieder eine Prise Austropop sein. Mit der neuen Werbekampagne liefert der Diskonter nicht nur den nächsten Ohrwurm, sondern macht auch optisch Lust auf die heiße Jahreszeit. Kundinnen und Kunden erkennen hier auf einen Blick: Sie erhalten alles für einen perfekten Sommer - natürlich zum günstigen HOFER Preis.

(Sattledt, 02. Mai 2022; HOFER) Warum in exotische Ferne schweifen, wenn der eigene Garten oder Balkon im Handumdrehen zum Paradies wird? Dafür braucht man: Köstliche Eiscreme zur schnellen Abkühlung, frisches Fleisch und knackiger Salat - in bester BIO-Qualität - für die nächste Grillparty, und gerne auch ein buntes Planschbecken und duftende Blumenbeete für die richtige Wohlfühlatmosphäre. Von Lebensmitteln über Gartenequipment bis hin zu Elektronikartikeln, und, und, und: Alle Zutaten für den perfekten Sommer finden Kundinnen und Kunden bei HOFER - natürlich zum besten Preis-Leistungsverhältnis. Und davon darf man sich auch bei der [neuen Werbekampagne](#) überzeugen: Unter dem Motto „Der Sommer wird nice - zum HOFER Preis“ startet der Diskonter in die warme Zeit des Jahres. Nach dem erfolgreichen HOFER Song im Vorjahr folgt nun die Austropop-Fortsetzung, bei der dieses Mal der Megahit „Expresso & Tschianti“ des österreichischen Musikers und Songwriters Josh. neu interpretiert wird. Ausführende Agentur war einmal mehr Ogilvy, die gemeinsam mit Regisseur Antonin B. Pevny bei der Gestaltung der einzelnen Szenen nicht nur viel Liebe zum Detail bewiesen, sondern dies auch mit einem gewissen Augenzwinkern umsetzen.

Vom gemütlichen Grillen bis zum lässigen Chillen im Garten - im Fokus steht ganz klar das Einkaufserlebnis bei HOFER. So finden Kundinnen und Kunden eine vielfältige Produktauswahl und können sich jederzeit auf den günstigen HOFER Preis verlassen. Auch in Zeiten, in denen die Kosten steigen, bietet der Diskonter bestmögliche Qualität zum bestmöglichen Preis. Bevor es zu Preiserhöhungen seiner Artikel kommt, prüft HOFER alle Möglichkeiten, Mehrkosten anderweitig - auch durch Reduktion seiner Marge - aufzufangen. Preisvorteile gibt der Diskonter direkt an die Kundinnen und Kunden weiter, was die Geldbörse zusätzlich entlastet. Nicht nur bei den rund 1.500 Artikeln des täglichen Bedarfs und den temporär verfügbaren Aktionsartikeln verfolgt der Diskonter diese Strategie, auch bei den Reiseangeboten von HOFER REISEN, den Tarifen von HoT und den Online-Angeboten im HOFER Online Shop kann man stets auf das beste Preis-Leistungsverhältnis vertrauen. Und das Ganze ohne Rabattmarken oder Kundenkarten: Denn der günstige HOFER Preis ist und bleibt für alle Kundinnen und Kunden gleich.

HOFER Eigenmarken - ausgezeichnete Qualität zum günstigen HOFER Preis

Das Erfolgsrezept für den günstigen HOFER Preis liegt in der Kern-DNA von HOFER, dem Diskontprinzip. Dank der schlanken Organisation, dem fokussierten Sortiment und dem Fokus auf qualitative Eigenmarken entsteht ein Kostenvorteil, den der Diskonter in Form des günstigen HOFER Preises direkt an seine Kundinnen und Kunden weitergibt. Vor allem die starken Eigenmarken spielen hierbei eine bedeutende Rolle, denn mit über 90 % machen sie den Löwenanteil des Standardsortiments aus. Dabei überzeugen die HOFER Eigenmarken mit einer überdurchschnittlichen Qualität, die mindestens jener von Markenprodukten entspricht, jedoch zum weitaus günstigeren HOFER Preis erhältlich ist. Bei der Eigenmarkenstudie „Austrias Beste 2021/22“ der ÖGVS - Gesellschaft für Verbraucherstudien sicherte sich der Diskonter mit seinen Top-Eigenmarken ganze 27 Mal den Siegertitel „Beste Eigenmarke“.



Da bin ich mir sicher.



Medieninformation

Regionalität als Kernkompetenz von HOFER

Regionale Wertschöpfung und ein großes regionales Produzentennetzwerk sind wesentliche Eckpfeiler von HOFER. Wo immer möglich bemüht sich der Diskonter quer durch das Sortiment um einen regionalen Bezug von Produkten. Mit zahlreichen namhaften österreichischen Lieferanten verbinden ihn oftmals bereits jahrzehntelange, partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen. So verfügt der Diskonter beispielsweise im Bereich Obst und Gemüse über 1.500 regionale Partner und bezieht über 90 % seines 200 Molkereiprodukte umfassenden Sortiments aus Österreich, die Trinkmilch stammt sogar zur Gänze aus Österreich. Zudem finden sich in der HOFER BACKBOX österreichweit bis zu 40 verschiedene Sorten an ofenfrischem Brot und Gebäck, welches zu über 80 % aus Österreich bzw. aus der Region stammt. Durch die starke Einbindung heimischer Traditionsbetriebe ist es dem Diskonter möglich, das BACKBOX-Sortiment regionsspezifisch um kulinarische Besonderheiten zu bereichern: So gibt es beispielsweise aus der Wildschönauer Backstube in Oberau den Tiroler Alpenwecken und aus der Knusperstube in St. Gertraud das Kärntner Zuckerreinkerl. Darüber hinaus können HOFER Kundinnen und Kunden beherzt und mit gutem Gewissen ins Fleischregal greifen, denn seit Anfang 2021 bezieht HOFER sein gesamtes dauerhaft und saisonal erhältliches Sortiment von Rind-, Schweine- und Hühnerfleisch zu 100 % aus Österreich. Dies gilt auch für marinierte und verarbeitete Fleischartikel.

Vielfältiges BIO-Angebot

Besonders mit seiner BIO-Eigenmarke „Zurück zum Ursprung“ setzt HOFER seit der Gründung im Jahr 2006 auf 100 % österreichische BIO-Qualität - mit Erfolg: Mittlerweile produzieren rund 4.000 österreichische Ursprungsbäuerinnen und -bauern jährlich über 450 verschiedene Produkte für die BIO-Eigenmarke. Dabei arbeiten sie stets nach dem strengen Prüfnach!-Standard, der weit über die bestehende EU Bio-Verordnung hinausgeht. Da Tierschutz fest in den Grundwerten von „Zurück zum Ursprung“ verankert ist, werden alle Produkte tierischen Ursprungs zusätzlich nach dem Standard „Tierwohl kontrolliert“ der Gesellschaft !Zukunft Tierwohl! hergestellt. Neben der umfassenden Nachhaltigkeit zeichnet sich „Zurück zum Ursprung“ durch weitreichende Transparenz aus, denn alle Produkte sind online über www.zurueckzumursprung.at bis zum jeweiligen Ursprungs-Bauern rückverfolgbar.

„BIO natura“ wiederum umfasst rund 400 Artikel und steht für internationales BIO, das nach österreichischen Maßstäben geprüft und überwacht wird. Die BIO-Eigenmarke erfüllt die Vorgaben der EU Bio-Verordnung und die Regelung des ARGE BIO-Standards (Module 1 und 2). Eine lückenlose Kontrolle der Richtlinien wird durch staatlich akkreditierte Bio-Kontrollstellen gewährleistet. Die externe Qualitätssicherungsorganisation LebensmittelFairSicherung GmbH überwacht den ARGE BIO-Standard bei allen Produkten und auditiert alle Lieferanten bzw. ihre Produktionsstätten. Mit „BIO natura“ komplettiert HOFER sein großes nationales BIO-Sortiment durch Lebensmittel, die – wie z. B. BIO-Bananen oder BIO-Garnelen – in anderen Klimazonen beheimatet sind oder wenn BIO-Produkte aus Österreich nicht oder nicht ausreichend oder nur zu bestimmten Zeiten im Jahr verfügbar sind.

Tierwohl aus der Region

Mit der Tierwohl-Eigenmarke FairHOF verfolgt HOFER das Ziel, die Bedingungen in der konventionellen Tierhaltung sowohl für die Tiere als auch für die Bäuerinnen und Bauern zu verbessern und die regionale Landwirtschaft zu stärken. Durch die FairHOF Richtlinien nach dem Standard „Tierwohl verbessert“ der Gesellschaft !Zukunft Tierwohl! wird eine artgerechte Haltung der Tiere mit erhöhtem Platzangebot, täglichem Auslauf an der frischen Luft und gentechnikfreiem, vorrangig

