

# Willkommen zur Pressekonferenz

## Neuen Aktionsformen

### „Raus aus den Mehrpack-Aktivitäten“ als Start des neuen CSR-Konzepts



Mi 18.07.2012 um 09:30 Uhr  
SOMA Linz

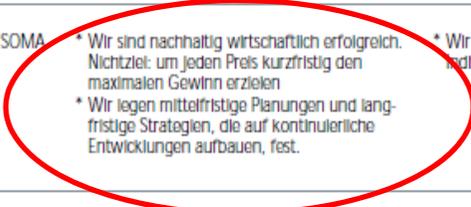


Die Strategie der Pfeiffer Unternehmensgruppe ist seit mehr als 10 Jahren auf ertragsorientiertes Wachstum ausgerichtet.  
Dabei wollen wir wirtschaftlich nachhaltig erfolgreich sein und ressourcenschonend vorgehen.  
Wir wollen für Kunden und Mitarbeiter einen Mehrwert schaffen und einen fairen Umgang mit Partnern pflegen.



„jetzt für morgen“ ist am Kerngeschäft ausgerichtet, denn wir wollen dort ansetzen, wo wir das meiste bewegen können.

Wir wollen mit einfachen, praktikablen Maßnahmen viel Wirkung erreichen – gemeinsam sind wir stark.

	SOZIAL	ÖKONOMISCH	ÖKOLOGISCH	KULTURELL
→ KUNDEN	 <ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir schaffen bei unseren Kunden ein Bewusstsein für gesunde und ausgewogene Ernährung</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir schärfen das Umweltbewusstsein unserer Kunden</li> <li>* Wir setzen uns für mehr Transparenz bei der Kennzeichnung von nachhaltigen Produkten ein</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir pflegen einen partnerschaftlichen Umgang mit Kunden</li> </ul>
→ MITARBEITER	 <ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir setzen auf ein langfristig orientiertes Human Resources Management</li> <li>* Wir schaffen bei unseren Mitarbeitern ein Bewusstsein für gesunde und ausgewogene Ernährung</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir schaffen bei unseren Mitarbeitern ein Bewusstsein für schonenden Umgang mit Ressourcen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir pflegen eine Kultur, in der sich jeder Mitarbeiter aktiv einbringt, mitdenkt und seine Meinung sagt. Unsere Innovationen kommen von innen.</li> </ul>
→ GESELLSCHAFT	 <ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir wollen unsere Zusammenarbeit mit SOMA weiter ausbauen</li> </ul>	 <ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir sind nachhaltig wirtschaftlich erfolgreich. Nichtziel: um jeden Preis kurzfristig den maximalen Gewinn erzielen</li> <li>* Wir legen mittelfristige Planungen und langfristige Strategien, die auf kontinuierliche Entwicklungen aufbauen, fest.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir senken den CO2 Fußabdruck im Individualverkehr</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir betreiben nur Sponsoring wenn es zur CSR Strategie passt</li> </ul>
→ PARTNER		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir vereinbaren weiterhin faire Vertrags- und Lieferbedingungen mit Handschlagqualität</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir pflegen einen partnerschaftlichen Umgang mit Lieferanten</li> </ul>
→ UMWELT			<ul style="list-style-type: none"> <li>* Wir senken den Energieverbrauch im gesamten Unternehmen</li> <li>* Die Pfeiffer Gruppe überprüft 2012 kritisch die eigenen Ressourcen</li> </ul>	

Maßnahmen	2012	2013
	Wir steigen aus den Mehrpack-Aktivitäten im Frische-Bereich aus	
	Wir sind Entwicklungspartner einer Mitfahrbörse für Pfeiffer Mitarbeiter/innen	Wir unterstützen unserer Konsumenten bei der Verpackungsvermeidung beim Einkauf
	Wir optimieren die Mülltrennung in der Pfeiffer Unternehmensgruppe	Wir setzen und für die Ausbildung benachteiligter Jugendlicher ein
	Wir wollen eine Alternative zu Plastiktragetaschen	Wir prüfen und optimieren den Einsatz unserer Energieressourcen
	Wir geben unsere Mitarbeitern Energiespartipps fürs Büro und für Zuhause	Wir erheben alternative Verpackungen für "natürlich für uns"
	Wir reduzieren die Computer-Ausdrucke um mehr als 10%	Wir entwickeln die Kooperation mit SOMA weiter
	Wir arbeiten mit MSC zusammen	

Das EU-Parlament schlägt vor, 2014 zum „Europäischen Jahr gegen Lebensmittelverschwendung“ auszurufen.

- Die EU will den Anteil weggeworfener Lebensmittel (89 Mio to, davon 42% im Haushalt, 5% im Einzelhandel) bis 2025 halbieren.
- 179 kg Lebensmittel pro EU-Bürger werden jährlich weggeworfen.
- 79 Mio EU-Bürger leben unterhalb der Armutsgrenze.
- Wir wollen einen aktiven, CSR – konformen Beitrag zur Müllvermeidung durch den Handel leisten.

## Bestehende Aktionsformen,

- konditionieren den Verbraucher, sich wie in der Nachkriegsära einzudecken
- sprechen den Verbraucherreiz nicht mehr an, schaden der Betriebsform
- produzieren Müll durch Nichtverbrauch
- reduzieren die Kontaktzahl in der Nahversorgung
- reduzieren den gewünschten Frischegrad

- Raus aus den Mehrpack-Aktivitäten.
- Umsetzung ab sofort.
- Sparen ab dem 1. Produkt.
- Bewussterer Umgang mit Lebensmitteln.
- Müll vermeiden.
- Mitentscheidung der Kunden aus Aktionspool. Nutzung neuer Medien. Voting.
- Einbindung der Industrie. Innovationsartikel.
- Gründung einer Plattform.  
Treiber Konsumenteninformation. NGOs. Kirche

- **Zielpunkt ist ein expliziter Gegner von Multi-Packs**
- Industrie bietet gerne Multi-Packs an.
- Zielpunkt vermeidet diese seit einigen Jahren wo nur möglich!
- Speziell bei Produkten mit kurzer Haltbarkeit sind Multi-Packs nicht sinnvoll.
- Mehrfach positiv von der **Arbeiterkammer** als Vorreiter hervorgehoben.





- Alternativen:
  - Raus aus Multi-Pack und rein in sinnvolle Aktionspolitik
  - Mündige Konsumenten entscheiden selbst, welche Menge sie kaufen möchten!

## **Bei Zielpunkt erhalten Konsumenten die kleinstmögliche Einheit zum besten Preis**

- Beispiel: 1 Flasche, 1 Dose, 1 Joghurt...
- Konsument wird nicht zum Mehrkauf verleitet

- Vorteile:
  - Müllvermeidung
  - Konsument geht öfter einkaufen, hat dafür immer frische Ware.
  - Nein zu Vorratshaltung, die nicht mehr zeitgemäß ist!

## 1 Euro Produkte:

- Bestimmte Produkte um einen Euro pro Stück im Angebot
- „Genau was und wie viel ich brauch“



**UNIMARKT**  
Mehr für mich

**200 ml  
GESCHMACK,  
bitte!**

Backfrisch  
ab 17.00 Uhr

um nur  
**€ 1,-**

**HOLEN SIE SICH IHR  
Happy Hour  
Jausenbrot**

Mischbrot  
mit Natursauerteig  
hergestellt  
500 g  
1 kg = 2,00

Von Montag bis Freitag  
backfrisch ab 17.00 Uhr  
in Ihrer UNIMARKT Filiale.

**33% BILLIGER**  
statt 0,79  
**0,52**

Müller Schlemmer- oder Knusperjoghurt  
verschiedene Sorten  
150 g / 175 g  
1 kg = 3,47 / 2,97

**20% BILLIGER**  
statt 2,33  
**1,89**

Danone Activia  
Fruchtjoghurt  
verschiedene Sorten  
4 x 120 g  
1 kg = 3,93

**FELIX  
AUSTRIA**

**25% BILLIGER**

alle Felix Produkte

**30% BILLIGER**  
statt 0,99  
**0,69**

Knorr Bitte zu  
Tisch Suppe  
verschiedene Sorten  
Btl.

**SPAREN AB DEM 1. PRODUKT**

Wir setzen uns für einen bewussten Umgang mit Lebensmitteln ein und verzichten daher auf „1+1 gratis“ oder „2+1 gratis“ Aktionen\*. So kaufen Sie nur die Menge an Lebensmitteln, die Sie wirklich brauchen.

Natürlich erhalten Sie bei UNIMARKT weiterhin „Mehr für mein Geld“ - und zwar mit vielen attraktiven Rabatten und fairen Aktionen - und zwar gleich ab dem 1. Produkt.

\* Milcherzeugnisse, Feinkost, Obst und Gemüse

**22% BILLIGER**  
statt 2,19  
**1,69**

Mazola  
Maiskeimöl  
0,5l  
1l = 3,38

**20% BILLIGER**  
statt 119/1,09  
**0,89**

Inzersdorfer  
Gemüse-  
konserven  
verschiedene Sorten  
400 g  
1 kg = 2,23

**20% BILLIGER**  
statt 2,49  
**1,99**

Gold Reef  
Fruchtkonserven  
verschiedene Sorten  
825 g  
100 g = 2,41

**21% BILLIGER**  
statt 5,69  
**4,49**

Kärntnermilch  
Drautaler  
45% F.I.T.  
650 g  
1 kg = 6,90

**21% BILLIGER**  
statt 1,65  
**1,29**

Maresi oder  
Maresi leicht  
500 g  
1 kg = 2,58

**25% BILLIGER**  
statt 3,99  
**2,99**

Eskimo Cornetto  
Classico oder  
Erdbeer  
Pkg.

**25% BILLIGER**  
statt 1,59  
**1,19**

Inzersdorfer  
Suppe  
verschiedene Sorten  
400 ml  
1l = 2,98

**22% BILLIGER**  
statt 1,79  
**1,39**

Recheis  
Goldmarke  
oder Vollkorn  
verschiedene Sorten  
500 g / 400 g  
1l = 2,78 / 3,48