



Zielpunkt launcht Kundenmagazin „Mein Genuss“

- **Ab sofort in allen 247 Filialen kostenlos erhältlich**
- **Auflage von 250.000 Stück pro Ausgabe**
- **Magazin für Genuss und Lebensfreude**

(Wien, 17. Februar 2015) Die österreichische Supermarktkette Zielpunkt launcht ein Kundenmagazin: „Mein Genuss“ ist ab sofort bei Zielpunkt erhältlich. Das Kundenmagazin erscheint mehrmals jährlich in einer Auflage von 250.000 Exemplaren. Das Magazin ist kostenlos in allen 247 Zielpunkt Filialen erhältlich.

Alles rund um Lebensfreude

Das Magazin bietet Wissenswertes rund um Lebensmittel, Tipps für richtiges Einkaufen, Produktinformationen, umfassende Reportagen sowie Rezepte. Zielpunkt spannt in „Mein Genuss“ den Bogen von Genuss über Kulinarik bis hin zu Warenkunde und Produktneuheiten.

„Die Einführung unseres eigenen Kundenmagazins ist eine von mehreren Maßnahmen im Rahmen unserer Neuausrichtung. Wir wollen unseren Kunden ein tolles Einkaufserlebnis im Supermarkt bieten aber auch unsere Kompetenz rund um Lebensmittel teilen. Mit „Mein Genuss“ machen wir unser Zielpunkt-Versprechen erlebbar und bieten nützliche Tipps für den Alltag“, so Jürgen Krizmanich, Zielpunkt Geschäftsführer.

Vielfalt statt Einfalt – Zielpunkt bietet das gewisse „Extra“

Im Fokus des neuen Magazins steht die Vielfalt bei Zielpunkt: Auf 64 Seiten erhalten LeserInnen Informationen aus zahlreichen Themenbereichen. So werden im Magazin regionale Wiener Lebensmittelproduzenten und deren Produktionen vorgestellt, praktische Tipps zum richtigen Einkauf und zur Verwertung von Lebensmitteln gegeben.

Passend zum Zielpunkt-Vertriebsgebiet im Osten Österreichs werden in jeder Ausgabe einzelne Wiener Bezirke und deren Highlights vorgestellt. Den Anfang macht der 10. Bezirk „Favoriten“ – wo prominente Österreicher wie Willi Resetarits, Gottfried Helnwein oder Roland Düringer wohnen bzw. wohnten.

Abgerundet wird das Gesamtkonzept durch eine Vielzahl an regionalen und internationalen Rezeptideen. Mit zusätzlichen Einkaufslisten zum Heraustrennen gelingt das Nachkochen mit den richtigen Zutaten garantiert.



Rezepte einmal anders: MitarbeiterInnen präsentieren ihre Lieblingsgerichte

Neu: Zielpunkt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellen ihre persönlichen Lieblingsgerichte aus ihrer Heimat vor. „Zielpunkt steht für Vielfalt. Täglich kaufen 150.000 Kunden bei Zielpunkt ein und profitieren von einem über 6.500 Produkte umfassenden Sortiment. Mit unseren 2.400 engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus vielen verschiedenen Ländern sorgen wir für das entsprechende Einkaufserlebnis. Genau diese Vielfalt spiegelt sich auch in unserem eigenen Kundenmagazin wider. Wir setzen auf das Wissen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und lassen diese aktiv mitwirken“, so Krizmanich.

Zielpunkt weitet Kommunikation mit Kunden aus

Zielpunkt kommuniziert erfolgreich über soziale Netzwerke wie Facebook und betreibt einen eigenen Frische-Blog. Nun weitet die zweitgrößte Supermarktkette Wiens die Kommunikationskanäle aus und setzt mit einem Print-Medium auf direkte Kundenansprache. „Mit „Mein Genuss“ schaffen wir einen klaren Mehrwert und holen zusätzlich eine neue Zielgruppe ab“, erläutert Krizmanich. Klares Ziel des neuen Kundenmagazins ist die Stärkung und der Ausbau von bestehenden und neuen Kundenbeziehungen.

Modernes und ansprechendes Design für eine urbane Zielgruppe

Mit modernem Layout und ansprechender Bildsprache adressiert Zielpunkt die urbane Bevölkerung. Produziert und gestaltet wird das neue Zielpunkt Kundenmagazin „Mein Genuss“ vom Weekend Verlag.

Fotocredits: Copyright=Zielpunkt; Abdruck honorarfrei

Über Zielpunkt:

Die österreichische Supermarktkette Zielpunkt ist eine Fixgröße im heimischen Lebensmitteleinzelhandel und seit März 2014 Teil der Pfeiffer Handelsgruppe. Das Unternehmen mit Zentrale in Wien betreibt insgesamt 247 Filialen, die sich vorwiegend im Osten Österreichs befinden. Mit seinen rund 2.400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gehört Zielpunkt zu den größten Arbeitgebern im österreichischen Handel. Zielpunkt definiert sich als Nahversorger für den täglichen Bedarf und bietet seinen Kunden eine breite Auswahl aus über 6.500 verschiedenen Produkten an. Das Zielpunkt Sortiment umfasst Markenartikel, die preisgünstige Eigenmarke „Jeden Tag“ sowie die Bio-Eigenmarke „natürlich für uns“.

Rückfragehinweis:

Martina Macho

Unternehmenssprecherin

Pfeiffer Handelsgruppe

T: 01/610 45 756

E: martina.macho@pfeiffer.at