

SPAR

Natur*pur

präsentiert von

Daniel Hefel, Valentin Iliev, Andreas Lindinger, Stefan Ruech, Siniša Stojaković

Krisensitzung



- - **Krisensitzung** - -

Tagesordnung



Tagesordnung



- Cornets
Gerichtsentscheid



- Ausdünnung des BILLA-Sortiments

- Diskussion der aktuellen
Marktforschungsstudie

Personen



- Daniel Hefel
PR-Manager



- Valentin Iliev
Regional Director
Tirol
- Andreas Lindinger
Junior Market Analyst



Personen



- Stefan Ruech
Managing Director

- Siniša Stojaković
Chief Executive Officer



- Wirtschaftsblatt 03.06.2002

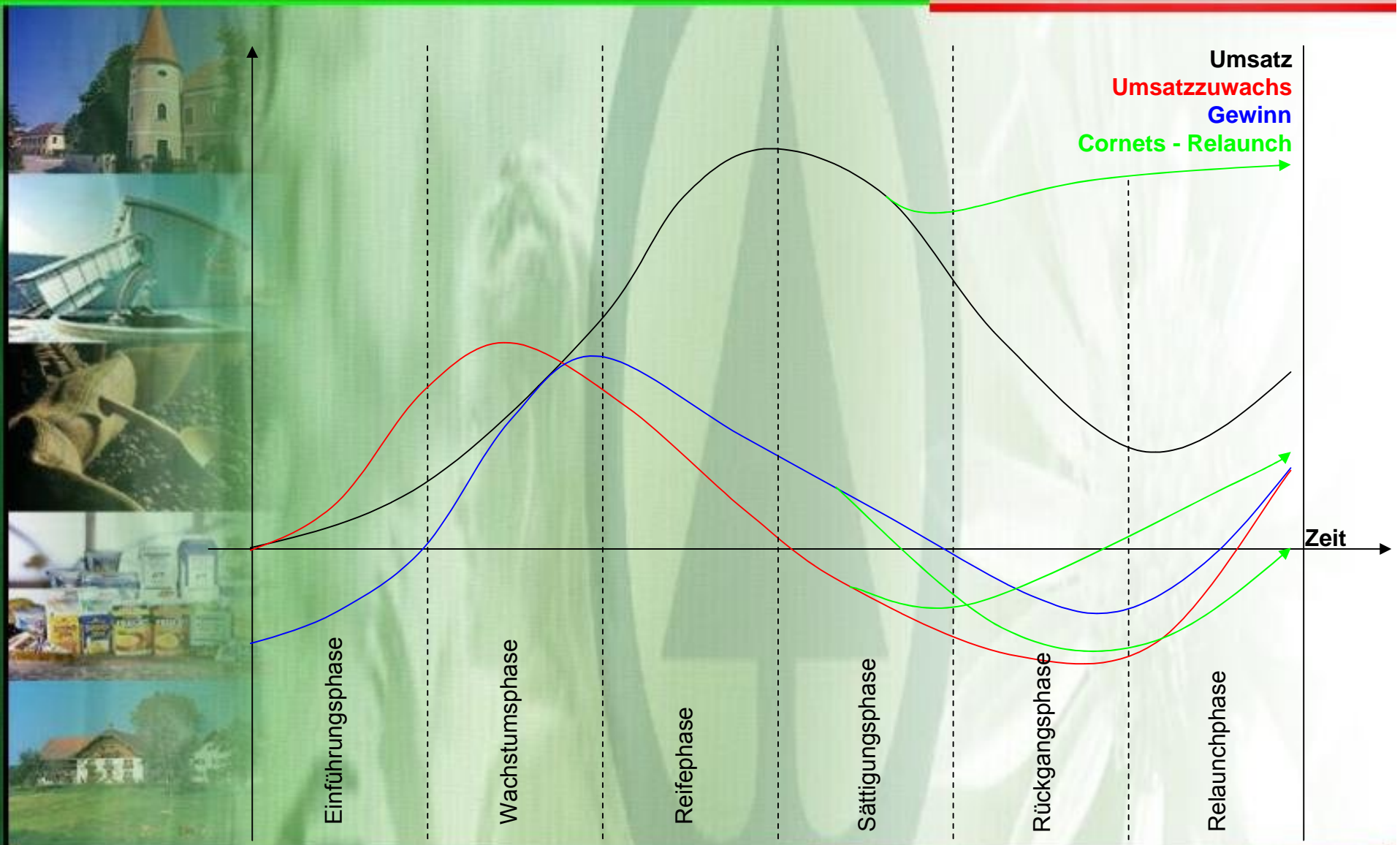
Unilever gewinnt Eis-Streit gegen SPAR

- Wirtschaftsblatt 05.06.2002

Schöller schafft Listung bei BILLA

Nachdem SPAR im Eis-Streit gegen Unilever verloren hat, könnte sich auch dort eine Chance für Schöller ergeben

SPAR Cornets



Analyse - Lebenszyklus



Headlines



- DER STANDARD, 11. Juni 2002
Niedrigpreise statt Vielfalt



BILLA/Merkur sortieren Tausende Artikel aus



- DER STANDARD, 11. Juni 2002
BILLA/Merkur streicht massiv Artikel



Rewe-Austria-Gruppe reduziert die Vielfalt bei Packungsgrößen und Geschmacksrichtungen



SPAR Produkte



	Chancen	Risiken
Stärken	<p>Chancen: Österreichisches Nationalbewusstsein für einheimische Produkte und Unternehmen</p> <p>Stärken: SPAR ist heute die einzige Lebensmittelkette in rein österreichischem Besitz</p>	<p>Risiken: Überschwemmung des heimischen Lebensmittelmarktes mit den eigenen SPAR Marken, das zum Verlust des hohen, qualitativen Ansehens von SPAR führen kann</p> <p>Stärken: SPAR entwickelt eine flächendeckende, einheitliche und umfassende, qualitativ hochwertige Produktlinie</p>
Schwächen	<p>Chancen: Förderung und Ausweitung des Bio- und Wellnesstrends in der Bevölkerung</p> <p>Schwächen: Geringerer Bekanntheitsgrad von Natur*pur im direkten Vergleich zu BILLAs Ja! Natürlich-Produktlinie, vor allem in Ostösterreich</p>	<p>Risiken: Zu schnelle Expansion auf dem Ostösterreichischen Markt kann zu hohen Kick-Off-Kosten führen</p> <p>Schwächen: Ein deutliches West-Ost-Gefälle zu Gunsten von BILLA in Ostösterreich. SPAR dagegen ist überproportional im Westen Österreichs vertreten</p>

Natur*pur vs. Ja! Natürlich



Kriterien	Saldo	Bewertung												
		-5	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4	5		
Untersuchte Produktlinie	0											X	X	
Absatzmarktposition	-1									X	X			
Marketingkonzept	-1								X	X				
Standort	-1				X	X								
Werbepresenz	0										X	X		
Programmbreite eigene Marken	-2									X		X		
Produktqualität	0											X	X	
Distribution (Lager)	+2								X		X			

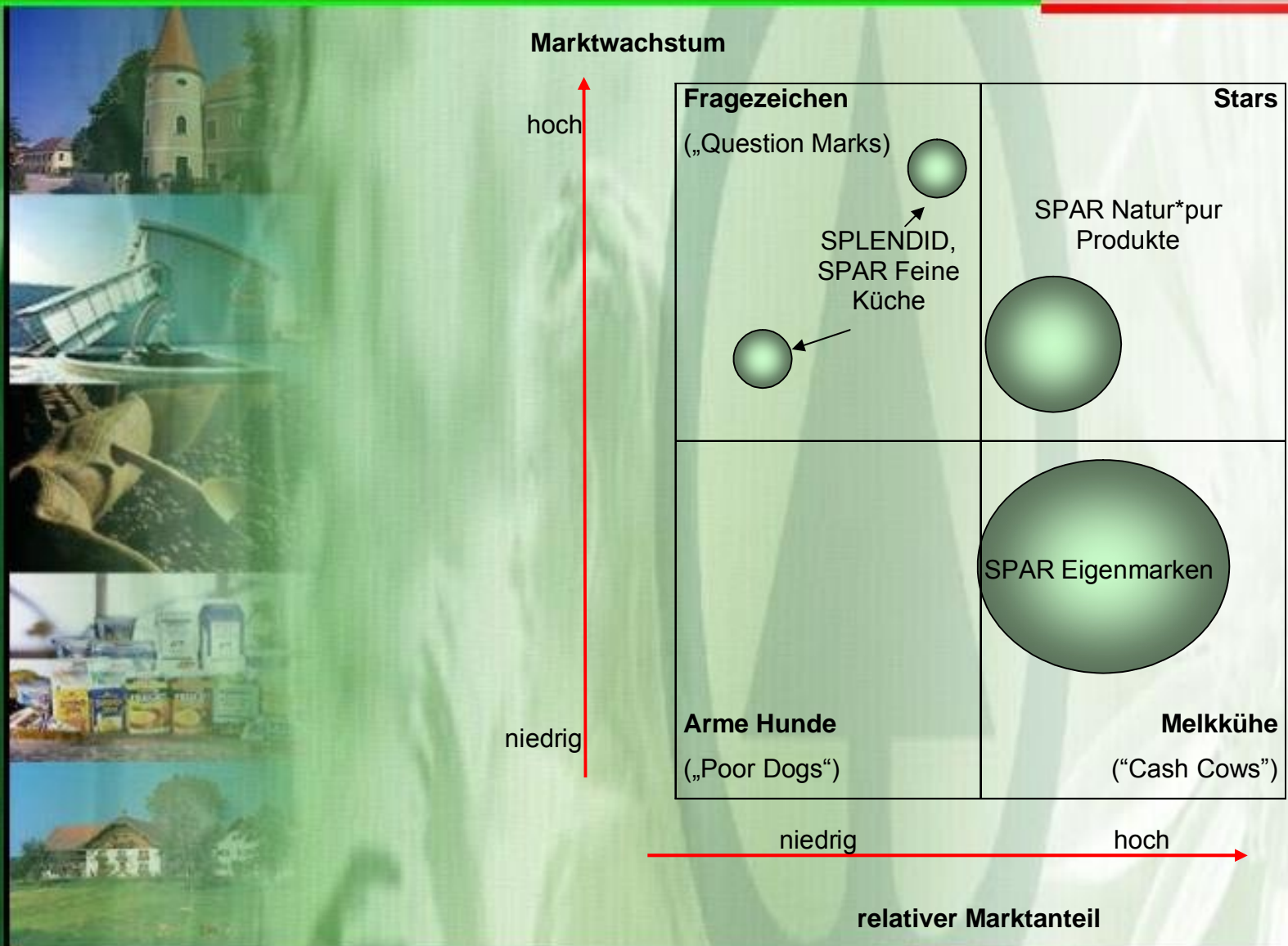
BILLA Ja! Natürlich **X**

SPAR Natur*pur **X**

Analyse - Stärken/Schwächen Profil



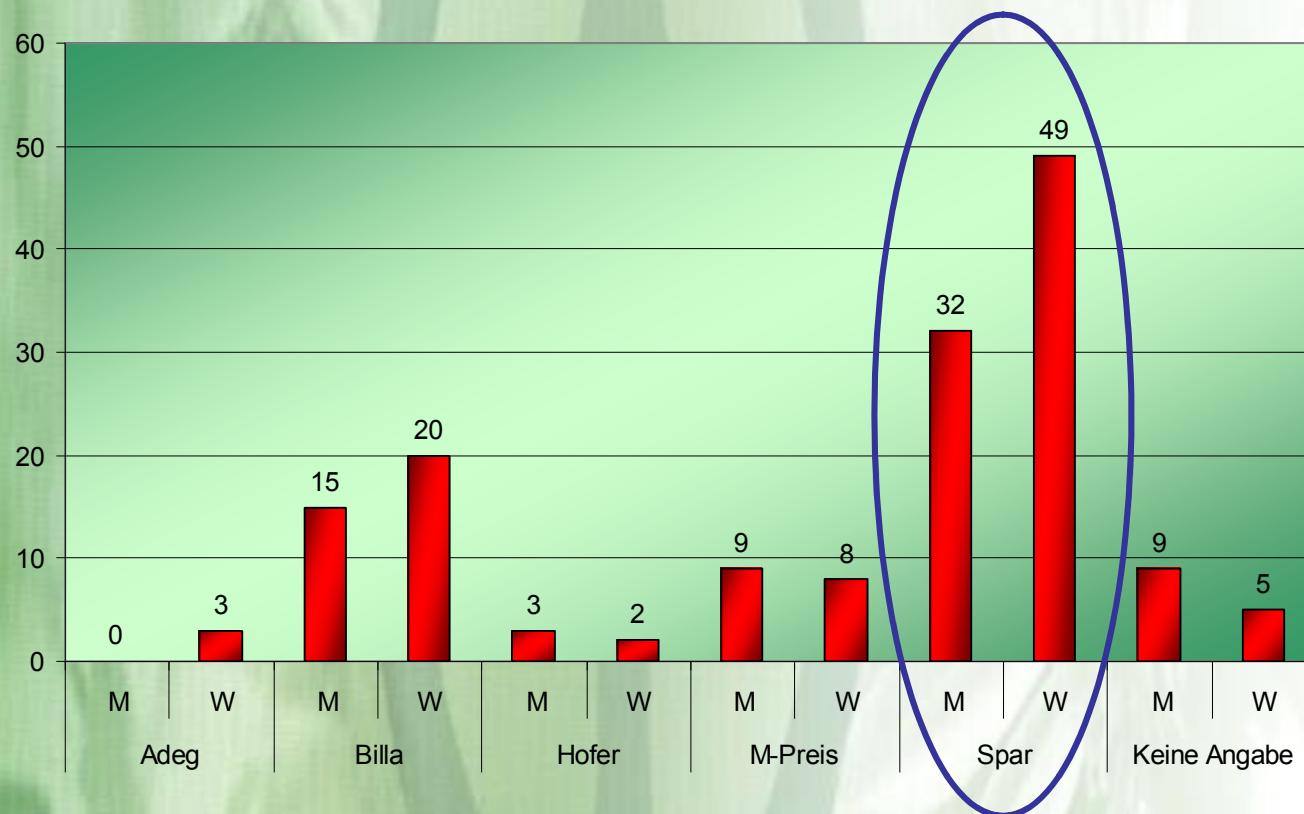
4-Felder-Portfolio



Auswertung Frage1



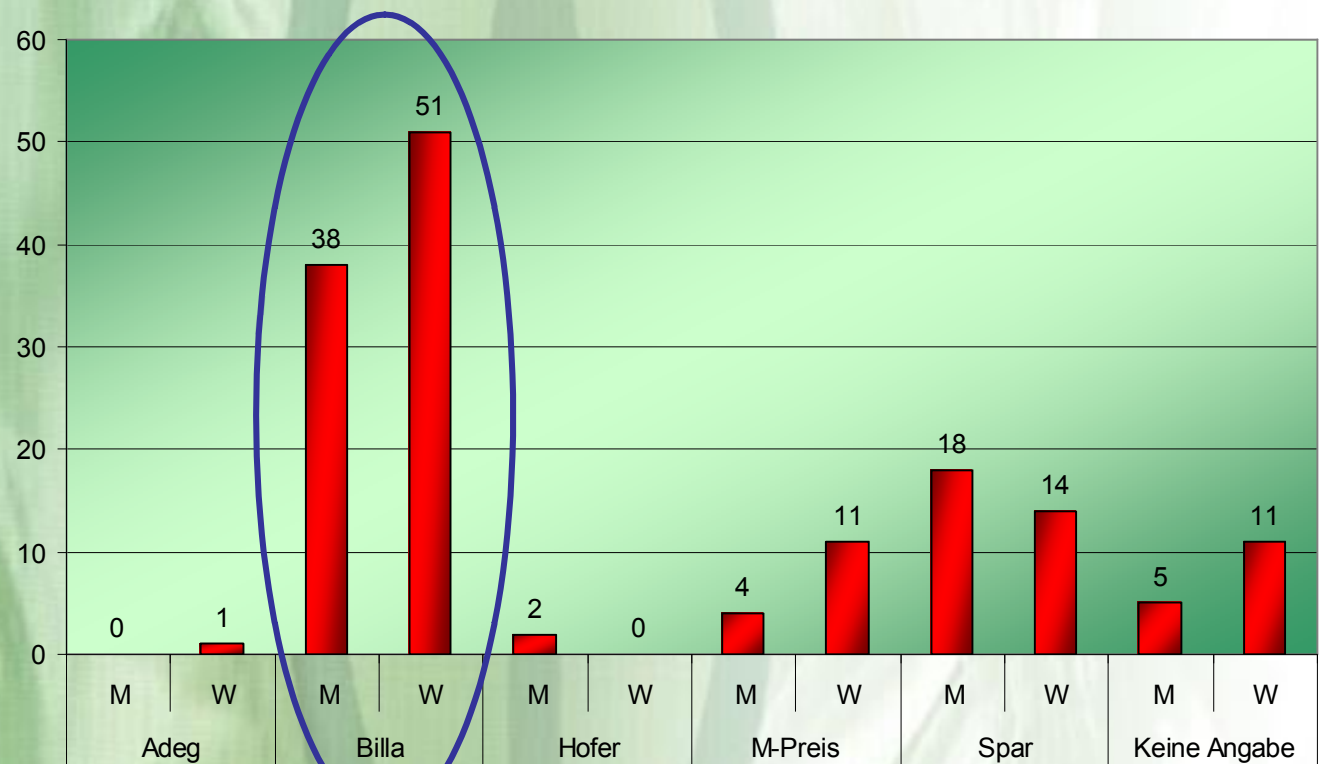
Bei welchem Lebensmittelhändler kann man die Natur*pur Bio-Produkte kaufen?



Auswertung Frage 2



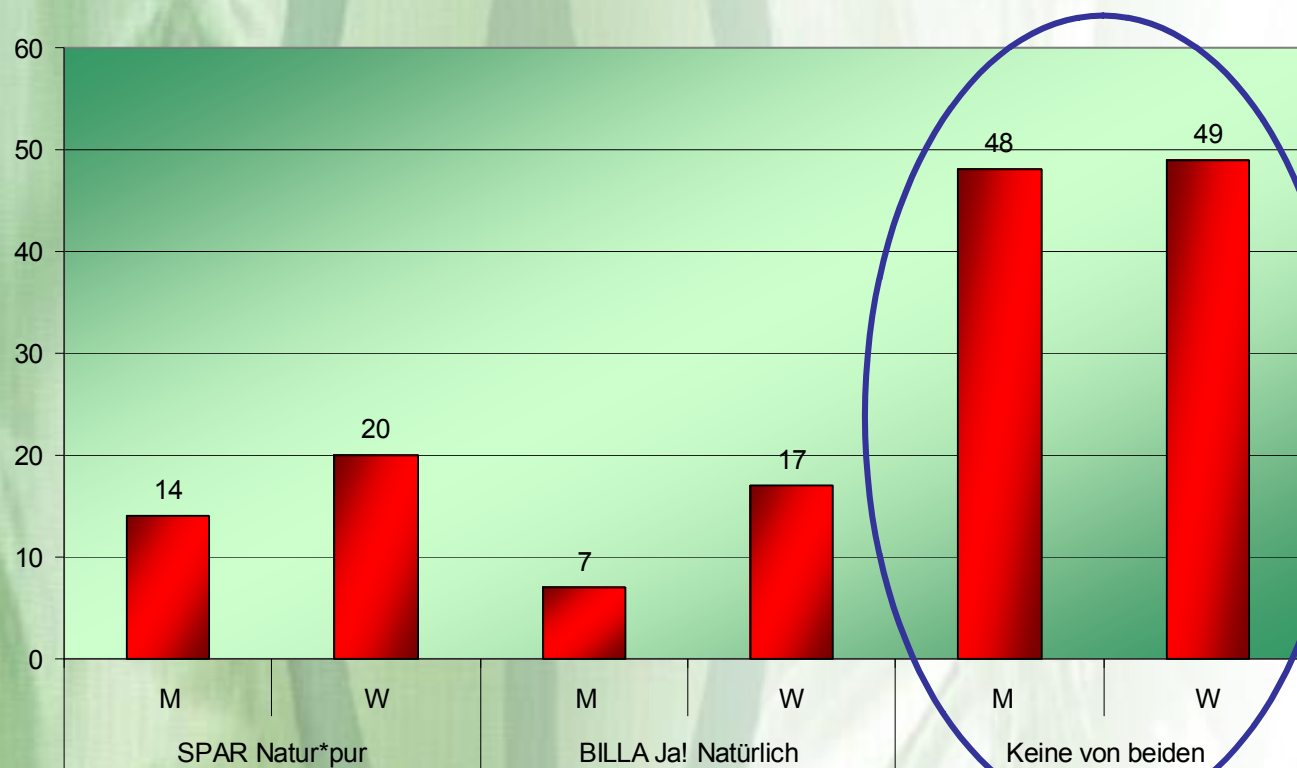
Bei welchem Lebensmittelhändler kann man die Ja! Natürlich Bio-Produkte kaufen?



Auswertung Frage 3



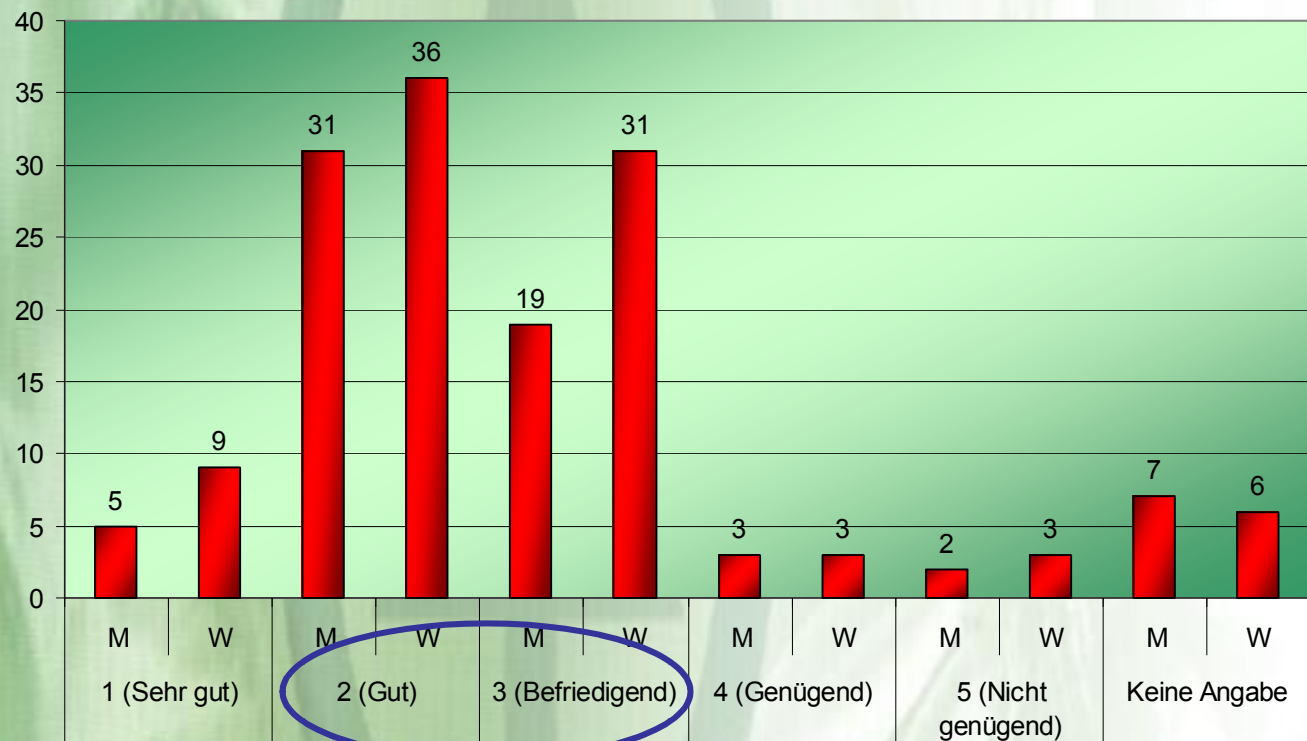
Welche Bio-Linie bevorzugen Sie? SPARs Natur*pur, BILLAs Ja! Natürlich oder keine von beiden?



Auswertung Frage 4



Wie beurteilen Sie das Image der SPAR Natur*pur-Produkte?
(Schulnoten)



Danke für Eure Aufmerksamkeit!

Euer SPAR-Projektteam:



... es macht Spaß, ein SPAR-Typ zu sein.