

Pfeiffer Handelsgruppe fordert Schulterschluss zwischen Handel, Produzenten und Bauern

- **Mehrpäckaktionen sorgen für Lebensmittelmüll und zerstören Preise**
- **Lebensmittelwertigkeit als wesentliches Thema**
- **Jedes Glied der Wertschöpfungskette muss Geld verdienen**
- **Aus für 1+1 Gratis Aktionen – Nachhaltigkeit im Fokus**

(Pfeiffer Handelsgruppe, Traun am 19.9.2014) Die Pfeiffer Handelsgruppe als Österreichs drittgrößter Lebensmittelhändler spricht sich klar gegen ein „Verschleudern von hochwertigen Lebensmitteln aus“. Dr. Erich Schönleitner, Holding Geschäftsführer der Pfeiffer Handelsgruppe setzt auf intelligente Angebotspolitik: 1+1 Gratis Angebote im Frischebereich wurden bei Pfeiffer verbannt. „Als Handelsunternehmen tragen wir Verantwortung. Wir wissen, dass ein Gutteil der Produkte – speziell bei Frischeprodukten, die eine begrenzte Haltbarkeit aufweisen – originalverpackt weggeschmissen wird. Darüber hinaus zerstören diese Aktionen das Preisgefüge.“ Pfeiffer setzt daher in seinen Vertrieben Zielpunkt, UNIMARKT, Nah&Frisch sowie C+C Pfeiffer auf intelligente Aktionen, ohne dabei die Preisspirale weiter nach unten zu treiben und den Wert von Lebensmitteln zu mindern.

„Unsere Kunden bekommen genau jene Anzahl an Produkten zum besten Preis, die sie benötigen – und keinen unnötigen Ballast durch Mindestabnahmemengen. Die Müllvermeidung ist einer der positiven Nebeneffekte.“ Darüber hinaus werden bei Pfeiffer besonders wertvolle Lebensmittel – wie Frischmilch aus Österreich – niemals unter einem angemessenen Preis verkauft.

Eine Kette ist nur so stark wie das schwächste Glied: Miteinander statt gegeneinander

„Die Bauernvertretung hat kein Verständnis, wenn hochwertige Lebensmittel zum Spielball im Preiswettbewerb werden. Alle Lebensmittel mit dem AMA-Gütesiegel garantieren höchste Qualität entlang der gesamten Wertschöpfungskette und verdienen mehr Wertschätzung. Wenn nun durch die Sanktionen gegen Russland der Milchpreis unter Druck gerät, dann ist ein gemeinsamer und ehrlicher Schulterschluss zwischen Bauern, Handel und Konsumenten notwendiger denn je“, betonte LK Österreich-Präsident Hermann Schultes.

Die Kommunikation des Mehrwertes von landwirtschaftlichen Produkten aus Österreich sieht Schönleitner als gemeinsame Aufgabe der Partner Handel, Produzenten sowie Bauern. „Das setzt eine entsprechende Preisgestaltung voraus. Nur so kann sichergestellt werden, dass jedes Glied der Wertschöpfungskette einen angemessenen Gewinnbeitrag erhält, “ so Schönleitner.

Die Pfeiffer Handelsgruppe wird sich dem Thema Wertschöpfung noch intensiver verschreiben, kündigt Schönleitner an. „Wir haben gute Beziehungen zur Bauernschaft und den Lieferanten, werden diese intensivieren und langfristig stärken.“

Die Pfeiffer Handelsgruppe ist überzeugt davon, dass das Bewusstsein in der Bevölkerung für heimische Produkte zu einem fairen Preis vorhanden ist. „Ein Schulterschluss zwischen allen Protagonisten ist das Gebot der Stunde.“

Über Pfeiffer:

Die Pfeiffer Handelsgruppe (inklusive Zielpunkt) erzielte 2013 mit 6.048 Mitarbeitern (davon 218 Lehrlingen) einen Umsatz von 1,3 Mrd. Euro. C+C Pfeiffer verfügt über 12 Standorte und bietet die bewährte Kombination aus Abholmarkt und Zustellservice an. Knapp 80% der Umsätze von C+C Pfeiffer entfallen auf die Kernzielgruppe Gastronomie. UNIMARKT betreibt aktuell 131 Standorte. Mit „mehr für mich“ positioniert sich UNIMARKT als regionaler Supermarkt mit Familienfokus. Seit 1. März 2014 gehört der neu positionierte Supermarkt Zielpunkt zur Pfeiffer Handelsgruppe. Zielpunkt betreibt 254 Filialen, vorwiegend im Osten Österreichs. Pfeiffer Großhandel beliefert 269 Nah&Frisch–Einzelhändler in den Bundesländern Ober- und Niederösterreich, in der Steiermark und in Salzburg, 9 „Land lebt auf“ Standorte sowie weitere 181 Nahversorger.

Rückfragehinweis:

Martina Macho
Unternehmenssprecherin
Pfeiffer Handelsgruppe
T: 01/610 45 756
E: martina.macho@pfeiffer.at