

# INTERSPAR. DER MODERNE MARKTPLATZ FÜR DAS TÄGLICHE LEBEN ZU HAUSE.

**BRANCHE:** Lebensmittelhandel

**STANDORT:** Österreich

**UNSERE LEISTUNGEN:** Positionierung Marke INTERSPAR, Entwicklung der Bastionen INTERSPAR Backstube und Warenwelten im Bereich Non-Food, aktive Begleitung seit zehn Jahren

## Ausgangslage

INTERSPAR steht, als erfolgreichster Hypermarkt in Österreich und Marktführer auf der Großfläche in Österreich, vor der Herausforderung, seine Spitzenposition zu halten und weiter auszubauen.

- Warenwelten Non-Food: starker Online-Wettbewerb, Non-Food hinkt Entwicklungen im Bereich Food hinterher, Lücken im Sortiment, unattraktive Warenpräsentation, stark aktionsgetrieben, ungenutztes Omnichannel-Potenzial.
- INTERSPAR Backstube: Rückläufiger Durchschnittsumsatz infolge von Preisdumping (v. a. starker Discount), Positionierung als „Frischebäcker“ ohne Differenzierungskraft (Zunahme der Aufbackstationen im LEH), überladenes Sortiment, Qualitäts-schwankungen.

## UMSETZUNG

- Sortimentslogik zur Optimierung des bestehenden Sortiments
- Navigations- und Schlichtlogik
- Flächennutzungsplan und Ladenbau
- Inszenierung von Leuchttürmen auf der Fläche
- Mechaniken für Marketing und Verkauf
- Produktentwicklungs-, Produkteinlistungsprozess
- Omni-Channel-Strategie in den Warenwelten
- Interne Verankerung über Backstuben-Botschafter

## ERGEBNISSE

- Marktführer der Großfläche in Österreich
- Steigerung relevanter Erfolgskennzahlen (z. B. Umsatz, Rohertrag, Durchschnitts-Bon, Kundenanteil)
- Interne Verankerung in der Organisation
- Innovationstreiber der Spar-Gruppe
- Stärkung von digitalen Kontaktpunkten und Services
- Pilotierung der Projekte und anschließender Roll-out in ganz Österreich



»Bei Brand Logic gefällt mir die grundlegend ehrliche und substanzial überlegte Herangehensweise an Problemstellungen – ohne große Berater-Show und durchaus hartnäckig.«

MAG. MARKUS KASER  
CEO, INTERSPAR