

HANDEL

„Jeden Tag“ tritt gegen Rewe, Spar und Diskonter an

Wien. Das Verbundgruppe Markant geht mit der Eigenmarke „Jeden Tag“ ins Rennen um die Gunst der Kunden. Die Marke ist im Preiseinstiegssegment platziert und umfasst derzeit 100 Artikel. Es ist eine Erweiterung auf 400 Stück geplant. Damit macht das Unternehmen „Clever“ von Rewe, „S-Budget“ von Spar und den Diskontern Konkurrenz. Die Produkte sind unter anderem bei Nah&Frisch, Zielpunkt, MPreis und Unimarkt erhältlich.

Verkauf läuft gut an

Gemeinsam kommen die vier Partner auf zwölf Prozent Marktanteil und 1200 Outlets, eine Mindestgröße, wie Markant-Chef Erwin Wichtl meint, um eine Eigenmarke „stemmen zu können“. Die eine oder andere Marken im Einstiegssegment werde aus den Regalen fliegen. Laut Zielpunkt-Chef Jan Satek läuft der Verkauf von „Jeden Tag“ gut an. Im März lag der Umsatz bei 30.000 €, im April bei 120.000 € und in der ersten Mai-Hälfte bei 200.000 €. (tp)