



© Unito

Harald Gutschi, Geschäftsführer der Unito-Gruppe, die auch Otto, Universal und Lascana unter ihrem Dach vereinigt.

”

*Es war an der Zeit, Mut zu zeigen, einen neuen, differenzierten Weg einzuschlagen. Das aufgefrischte Markenimage zwischen Innovation, Vielfalt und Kundenorientierung spiegelt sich jetzt spürbar im neuen Gewand wider.*

**Harald Gutschi**  
Unito

“

## Quelle im Relaunch

Pünktlich zu seinem 60-Jahr-Jubiläum startet der E-Commerce-Player mit neuem Auftritt in eine neue Ära.

SALZBURG. Mit dem Relaunch zum 60-Jahr-Jubiläum in Österreich krepelt Quelle das Layout um. Das neu verordnete Design wurde in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Young & Rubicam kreiert. Es dient der Profilschärfung und soll Energie ausstrahlen. Weiters: Modernität vermitteln, sich an den Ansprüchen und Stärken des

digitalen Handels orientieren. Seit Übernahme der Traditions-marke durch die österreichische Unito-Gruppe 2011 positioniert sich Quelle als Online Pure Player – mit stetig erfolgreicher Entwicklung.

### Emotional & lebendig

Nun soll speziell das neue Logo und der Claim „Wir liefern Lö-

sungen“ für mehr Lebendigkeit, aber auch ein innovatives Image sorgen. „Es war an der Zeit, Mut zu zeigen, einen neuen Weg einzuschlagen. Das aufgefrischte Markenimage zwischen Innovation, Vielfalt und Kundenorientierung spiegelt sich jetzt spürbar im neuen Gewand wider“, erläutert Harald Gutschi, Geschäftsführer von Unito.

Die strategische Ausrichtung als Online Pure Player mit Fokus auf Mobile Shopping hat sich in 2018 jedenfalls bezahlt gemacht – mit einem Umsatzplus von 17% gegenüber dem Vorjahr über alle Sortimente hinweg.

### Mobile Shopping-Boom

Zur Steigerung trägt vor allem die mobile Ausrichtung, der optimierte Mobile-Auftritt der Marke bei. Immer mehr Kunden nutzen ihr Smartphone bzw. Tablet, schöpfen aus der Quelle via Shopping-App. Der Anteil der Mobile-Kunden steigt im Vergleich zu 2018 um zehn Prozentpunkte, mehr als 60% der gesamten Visits erfolgen mittlerweile über mobile Endgeräte. (red)

## Hofer in der Donaustadt

Filiale mit Backbox und Vinothek im Kompaktformat.

WIEN. Der Discounter Hofer setzt seinen Wachstumskurs in Wien fort und eröffnete im 22. Bezirk in der Schiffmühlenstraße Ecke Berchtoldgasse eine 399 m<sup>2</sup> große Filiale. Rund drei Monate nach Baubeginn punktet der neue Standort seit 17. Jänner auf kompaktem Raum mit Hofer-typischen Highlights.

Zum gediegenen Standard-Rüstzeug gehört mittlerweile

die Backbox mit bis zu 32 verschiedenen Sorten an Brot und Gebäck. Sowohl der überwiegende Teil der Rohstoffe, als auch ein Großteil der liefernden Bäcker stammen aus Österreich bzw. aus der Region.

Weitere Highlights der Filiale sind der Marktplatz mit bis zu 100 verschiedenen, frischen Obst- und Gemüseprodukten und die Vinothek. (red)



© Hofer

Am 17. Jänner eröffnete die neue Filiale im 22. Wiener Gemeindebezirk.