

Feierlaune bei aro

Die Metro-Eigenmarke der ersten Stunde hat Geburtstag und feiert im Jahr 2019 ihr 20-jähriges Jubiläum.

VÖSENDORF. Bereits letztes Jahr hatte Metro einiges zu zelebrieren: 2018 war nämlich das Jahr der „Own Brands“. Im Zuge dessen erhielten die Eigenmarken eine neue Aufmachung mit frischem Design. Heuer steht der nächste Grund zu Feiern an: aro hat Geburtstag.

„Unsere Eigenmarken sind Qualitätsmarken“, betont Xavier Plotitza, CEO von Metro. Eine davon ist „aro“ – die Eigenmarke der ersten Stunde. Erstmals im Jahr 1999 holte Metro sie vor den Vorhang. Begonnen hat alles mit einer Handvoll Produkten. Aktuell bietet aro bereits 681 Food- und Non Food-Artikel zum Einstiegspreis an.

aro-Produkte müssen einem hohen Anforderungsprofil entsprechen, stellt Metro in Bezug auf die Qualität klar. Akzeptiert und ins Sortiment aufgenommen werden demnach ausschließlich zertifizierte Hersteller mit strenger Qualitätssicherung. Das Ziel sei es, Gastronomen Tiefstpreise zu garantieren. Metro beobachtet permanent die Preisentwicklungen am österreichischen Han-



Auf dem Markt seit 1999: Die Metro-Eigenmarke aro besteht seit 20 Jahren.

delsmarkt, um dafür zu sorgen, das beste Angebot zu bieten.

Der Vorteil der Tiefstpreisgarantie für die Gastronomie sei es, *langfristig* kalkulieren zu können. „Wir unterstützen damit unsere Gastkunden, indem wir auf deren Bedürfnisse hinsichtlich Produkt, Verpackungsgröße und Preis eingehen“, erklärt Plotitza das Vorgehen.

Große Bandbreite

Eingemachtes und Eingelegtes, Milchprodukte, Wurstwaren, aber auch Verbrauchsmaterialien aller Art zählen zu dem wachsenden Sortiment. „aro begleitet uns seit 20 Jahren und bietet unseren Kunden mit einer Artikelvielfalt aus den verschiedensten Bereichen zuverlässige Qualität für den täglichen Bedarf zum Bestpreis“, erzählt Plotitza über das Credo der Eigenmarke von Metro.

Zu den beliebtesten Produkten gehören laut eigenen Angaben beispielsweise das Tafelöl, Gouda-Scheiben, Emmentaler sowie diverse Haushaltsartikel wie etwa die Küchenrolle. (red/nis)



| Auf dem schnellsten Weg zur passenden Agentur

Exklusive Lieferung: AllesPost, oder was?

Die Österreichische Post stellt ihr neues Konzept für ein Abosystem vor.

WIEN. Im Wettstreit mit den konkurrierenden Zustelldiensten geht die Österreichische Post nun mit einem neuen Konzept in die Offensive. Wer zukünftig alle Pakete ausschließlich von der Österreichischen Post geliefert bekommen möchte, kann jetzt den Service „AllesPost“ beauftragen. Bisher konnte man meist nicht wählen, von welchem Zustelldienst das Paket geliefert werden

soll. Mit AllesPost, einem Abosystem für Paketzustellungen, soll die Lieferung nun sicher von der Österreichischen Post zugestellt werden – auch, wenn der Transport zunächst von einem anderen Dienstleister erfolgt. Um das Service zu testen, können sich Interessierte ab sofort registrieren; die ersten drei Monate sind für alle Kunden kostenfrei. Danach kann AllesPost mit

einem 3-Monats-Abo (inkludiert bis zu 10 Sendungen) um 14,90 € oder mit einem 12-Monats-Abo (inkludiert bis zu 40 Sendungen) um 39,90 € genutzt werden. Laut eigenen Angaben gibt es über 22.000 Voranmeldungen für den Service. (red)

Alle Infos zu dem neuen Service der Österreichischen Post sind zu finden unter: post.at/allespost



© W. Streifelder/Österreichische Post