

# Der Bäcker Ruetz. Wahre Gaumenfreude für alle Sinne.

**BRANCHE:** Backfilialist und Industriebäckerei

**STANDORT:** Österreich

**UNSERE LEISTUNG:** Positionierung der Marke, interne Verankerung der Marke, Sortimentslogik und Produktentwicklungsprozess, Kommunikationslogik, Vertriebslogik, Markenarchitektur

## Ausgangslage

Neben dem eigenen Filialgeschäft mit 46 Filialen beliefert der Bäcker Ruetz zahlreiche Supermärkte & Discounter. Eine kontinuierlich zunehmende Breite und Tiefe des Produktangebots sowie steigende Komplexität im Zuliefergeschäft und der eigenen Produktion sind die Folge. Die Stabilität in der Qualität kann nicht mehr aufrechterhalten werden. Eine ausgeprägte Heterogenität im Auftritt sowie der Kommunikation der eigenen Filialen kommt erschwerend hinzu. Der Bäcker Ruetz sieht sich einer sinkenden Kundenakzeptanz am Markt gegenüber.

## Zukunftsbeeld

Der Bäcker Ruetz sieht seine grundlegende Aufgabe darin, seine Kunden rund um die Uhr mit Köstlichkeiten zu versorgen. Dabei hat die Frische stets oberste Priorität. Dies an jedem Kontaktspunkt und in jedem Produkt spürbar zu machen, ist ein Versprechen, das in aller Konsequenz umgesetzt wird. Sei es im gemütlichen und modernen Ambiente der Filialen, dem Auftreten der Mitarbeiter oder dem Sortiment. Der Kunde ist bei Bäcker Ruetz immer von geschmacklicher, optischer, wohlriechender und haptischer Frische umgeben.

## Projektziel

Entwicklung eines klaren und differenzierungsstarken Markenprofils, konsequente Umsetzung an den Kontaktspunkten, interne Verankerung des Markenprofils.



„Wir haben eine äußerst kompetente und zielorientierte Beratung erlebt, die genau auf unser Unternehmen zugeschnitten war. Das Engagement war vorbildlich und hat unserer Organisation sehr viel gebracht.“

**MAG. NORBERT FAGSCHLUNGER**  
Geschäftsleitung, Der Bäcker Ruetz