



## Die real,- Spartei auf Kundenfang

Die real,- Spartei auf Kundenfang  
Am 26. August startet die real,- SB-Warenhaus GmbH ihre Aktivierungskampagne und zeigt mit ihrem Fünf-Punkte-Wahlprogramm was Kunden bei real,- erwartet  
Mönchengladbach, 23. August 2013 - Die richtige Wahl zu treffen, ist nicht immer einfach - das gilt sowohl für politische als auch für alltägliche Entscheidungen. So wird der Lebensmitteleinkauf nicht nur durch das große Produktangebot erschwert, bereits die Wahl der richtigen Einkaufsstätte kann eine wahre Herausforderung sein. Diese Entscheidung will real,- Verbrauchern nun leichter machen und nimmt das politische Großereignis des Jahres zum Anlass, um Kunden durch ein eigenes Wahlprogramm auf humorvolle und aufmerksamkeitsstarke Art und Weise über die Besonderheiten der über 300 real,- Märkte bundesweit zu informieren. Mit attraktiven Tages- und Wochenangeboten und jede Menge Wortwitz geht das Unternehmen von Montag, den 26. August, bis Samstag, den 28. September, auf Kundenfang.  
Das Fünf-Punkte-Sparteiprogramm  
Wählen. Sparen. Glücklich sein. - das ist das Wahlmotto der real,- Spartei. In ihrem Fünf-Punkte-Programm werden die wichtigsten Grundsätze sowie erreichte und gesteckte Ziele des Unternehmens zusammengefasst. Dabei wird nicht auf leere Versprechungen, sondern auf bloße Fakten gesetzt:  
1. Kundenzufriedenheit wird bei real,- groß geschrieben. Bei einem Angebot von über 80.000 Produkten aus dem Lebensmittel und Non-Food Bereich, wird real,- dem Anspruch auf freies Wahlrecht und somit dem ersten Versprechen seines Wahlprogramms gerecht.  
2. Unter Punkt zwei des Programms beteuert die real,- Spartei, dass die Haushaltskassen ihrer Kunden geschont werden. Auch das ist kein leeres Versprechen, denn bei real,- finden Kunden stets günstige Angebote und die Eigenmarke TIP bietet über 1.000 Preiseinstiegsprodukte. Außerdem hat das Unternehmen erst vor einigen Wochen über 2.000 Artikel dauerhaft im Preis gesenkt und viele weitere Markenprodukte sollen folgen.  
3. real,- tut alles dafür, dass die Gesundheit der Kunden erhalten bleibt - lautet ein weiterer Punkt auf der Spartei-Agenda. So wird ein Sortiment von mehr als 900 Bio-Produkten, über 350 frischen Obst- und Gemüsesorten, frischem Fisch und Fleisch sowie einer riesigen Auswahl an lactose-, gluten- und fructosefreien Produkten bis hin zu veganen Lebensmitteln angeboten. Auch im Non-Food Bereich gibt es bei real,- zahlreiche Wellness Produkte, wie zum Beispiel Massagebürsten und Wärmekissen, die das Wohlbefinden der Kunden garantieren.  
4. Die Nachfrage an regionalen Produkten nimmt stetig zu, denn Produkte aus der Heimat schmecken häufig einfach besser. Das vierte Wahlversprechen sagt aus, dass real,- durch das "Gutes aus der Heimat"-Sortiment dem Kundenwunsch nach mehr Regionalität nachkommt und gleichzeitig auch noch die Umwelt durch kurze Lieferwege schont. Auch beim "Meistermetzger" werden Fleisch- und Wurstspezialitäten direkt im Markt mit Erzeugnissen aus der Umgebung produziert. Dadurch wird die regionale Wirtschaft unterstützt und beste Frische kann garantiert werden.  
5. real,- übernimmt soziale Verantwortung gegenüber Kunden, Mitarbeitern sowie der gesamten Gesellschaft und setzt sich gleichzeitig für eine nachhaltige Schonung der Umwelt und der Ressourcen ein. So konnte das Unternehmen durch gezielte Maßnahmen den CO2-Ausstoß um über 125.000 Tonnen reduzieren. Außerdem wurden im Jahr 2012 über 700.000 Euro an lokale und gemeinnützige Einrichtungen, wie KITAs und Kindergärten gespendet und bei Lieferanten auf soziale Arbeitsstandards gesetzt. Zu Recht verspricht die real,- Spartei daher im fünften Punkt des Wahlprogramms, dass sie nachhaltig handelt.  
Kommunikation im Wahlkampf  
Wie es sich für einen modernen Wahlkampf gehört, kommuniziert die real,- Spartei ihr Wahlprogramm und die dazugehörigen Produktangebote sowohl über klassische Kanäle wie Funk und Handzettel sowie über eine ansprechende Präsentation am Point of Sale als auch über digitale Kanäle wie die real,- Website ( [www.real.de](http://www.real.de) ) und die real,- Facebook-Page ( [www.facebook.com/real](http://www.facebook.com/real) ). Als besonderes Highlight werden Mitte September am Standort Düsseldorf auch Großflächen durch real,- Spartei-Plakate belegt. "Deutschland steht kurz vor den Wahlen und muss eine schwierige Entscheidung treffen. Mit unserer real,- Spartei möchten wir in einer humorvollen und tagesaktuellen Form über unsere Unternehmensgrundsätze und aktuelle Angebote informieren. Viele Entscheidungen im Leben sind schon kompliziert genug. Wir machen es unseren Kunden einfach, indem wir ihre Wünsche erfüllen und nicht nur leere Versprechungen machen.", erklärt Marketingbereichsleiter Dirk Koenigsfeld.  
real,- SB-Warenhaus GmbH  
Reyerhütte 51  
41065 Mönchengladbach  
Deutschland  
Telefon: +49 (2161) 403-0  
Mail: [info@real.de](mailto:info@real.de)  
URL: <http://www.real.de/> 

## Pressekontakt

real,- SB-Warenhaus GmbH

41065 Mönchengladbach

[real.de/](http://real.de/)  
[info@real.de](mailto:info@real.de)

## Firmenkontakt

real,- SB-Warenhaus GmbH

41065 Mönchengladbach

[real.de/](http://real.de/)  
[info@real.de](mailto:info@real.de)

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage