

## **PRESSEINFORMATION**

Wien/Wiener Neudorf, 3. April 2012

### **Ja! Natürlich 2011: Bio ohne Kompromisse macht sich bezahlt Umsatzmarke von EUR 300 Mio. geknackt**

**2011 war für die Bio-Branche ein herausforderndes Jahr. Dennoch übertraf Ja! Natürlich alle Erwartungen: Mit zahlreichen Produktinnovationen und einem erstmaligen Umsatz über der EUR 300 Mio. „Schallmauer“ konnte Ja! Natürlich das vergangene Jahr äußerst positiv abschließen. Der Erfolg zeigt: das Vertrauen zu Ja! Natürlich ist ungebrochen. Auch 2012 wird die größte Bio-Marke des Landes mit zahlreichen Aktivitäten seine Vorreiterrolle im Bio-Bereich behaupten.**

Im Gegensatz zum Bio-Gesamtmarkt<sup>1</sup>, lief 2011 für Ja! Natürlich sehr erfolgreich: Mit einem Umsatzwachstum von plus 7 Prozent überschreitet die Bio-Marke erstmals die EUR 300 Mio. Grenze. Ja! Natürlich Geschäftsführerin Martina Hörmer dazu: „Ja! Natürlich blickt auf ein erfolgreiches, aber vor allem innovationsträchtiges Jahr zurück. Wir haben 2011 einen Umsatz von EUR 312 Mio. erreicht und inhaltlich viel bewegt. Sei es mit unserem Leuchtturmprojekt ‚Green Packaging‘ oder der kontinuierlichen Weiterentwicklung unseres Produktangebots. Durch unsere konsequente Arbeit sind wir unangefochten die umsatzstärkste und somit meistgekauft Marke im österreichischen Lebensmitteleinzelhandel.“ Marktforschungsergebnisse belegen: Ja! Natürlich ist 2011 die bekannteste und sympathischste Bio-Marke Österreichs.<sup>2</sup> „Natürlich sind die Erwartungen an uns, als Nummer 1 in der Bio-Branche, besonders hoch. Dem wollen wir weiterhin nachkommen und das Vertrauen der Konsumenten in Ja! Natürlich und somit in höchste Bio-Qualität und Genuss weiter stärken“, erklärt Hörmer.

### **Ja! Natürlich: Wachstum in vielen Warengruppen über Markt**

Spannende Details aus 2011: Während laut Roll-AMA der Gesamtmarkt für Bio-Frischwaren<sup>3</sup> leicht rückläufig war, konnte Ja! Natürlich einmal mehr seine Position als erfolgreichste Bio-Marke

<sup>1</sup> Laut Roll AMA.

<sup>2</sup> Market Response Finder 2011, durchgeführt von OMD im Auftrag von Ja! Natürlich.

<sup>3</sup> Alle Roll AMA Warengruppen: alle Frischwarengruppen exkl. Brot und Gebäck.

Österreichs bestätigen und ausbauen. Deutlich über Markt wachsen bei Ja! Natürlich zum Beispiel die Bereiche Käse, Obst und Gemüse, Fruchtojoghurts, Butter und Eier. „Unsere strikten Qualitäts- und Produktionsrichtlinien – die weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausreichen – und unser engmaschiges und strenges Kontrollsystem zahlen auf das Vertrauen der Konsumenten zur Marke Ja! Natürlich ein“, ist Hörmer überzeugt.

### **Frische ist Umsatzbringer: Brot und Gebäck größte Warengruppe**

Den wertmäßig größten Umsatzzuwachs bei Ja! Natürlich erzielten im vergangenen Jahr Brot und Gebäck als mit Abstand größte Warengruppe, gefolgt von Obst und Gemüse sowie Molkereiprodukten und Fleisch. Brot und Gebäck machten rund ein Drittel des Ja! Natürlich Gesamtumsatzes aus. „Wir sind stolz mit 30 Brot- und etwa 60 Gebäcksorten Österreichs umfangreichstes Sortiment an Bio-Backwaren zu bieten und das in hervorragender Qualität und zu 100 Prozent aus Österreich“, erläutert Hörmer. Starke Basis dafür bildet das vor fünf Jahren geschaffene, erfolgreiche Partnerschaftsmodell zur Aufbringung von eigenem Bio-Getreide, ein Win-Win Modell für alle: Für die österreichischen Bio-Bauern bietet das Modell Absatz-, Preis-, und Auszahlungssicherheit, für Ja! Natürlich Sicherheit in der Versorgung mit österreichischer Herkunft. Aber auch kleinere Warengruppen wie „Fisch“ oder „Garten“ erwirtschafteten 2011 ein solides Umsatzplus, ein Zeichen für die wachsende Nachfrage für biologische Lebensmittel in immer mehr Bereichen.

### **2011: Das „Jahr der Regionalität“ bei Produktinnovationen**

Das Produktsortiment von Ja! Natürlich umfasst rund 1.100 Produkte und bietet eine große Lebensmittelvielfalt. 2011 stand bei Ja! Natürlich vor allem unter dem Motto „Jahr der Herkunft – Jahr der Regionalität“. Bereits seit langem besteht eine enge Kooperation zwischen Ja! Natürlich und den österreichischen Nationalparks zum Schutz und Erhalt der Artenvielfalt und Förderung der Produkte aus diesen Qualitätsregionen. Aber auch Herkunftsregionen wie das Zillertal für die Ziegenmilchspezialitäten wurden im „Jahr der Regionalität“ weiter forciert.

Daraus erwachsen auch viele regionale Produktinnovationen: Erstmals der Öffentlichkeit präsentierten sich 2011 Ja! Natürlich Sirupe in den Sorten Holunderblüte aus Tattendorf NÖ, Ribisel und Johannisbeere aus St. Stefan ob Stainz in der Steiermark. Neu im Regal sind auch getrocknete Bio-Gewürzkräuter aus dem Waldviertel sowie Marmeladen nach traditionellem Rezept und österreichischen Früchten in den Sorten Marille, Erdbeere und Schwarze Johannisbeere. Die

eingeführten sortenreinen Fruchtjoghurts Sirius-Apfel, Rosen-Rhabarber, Haschberg-Holunder und Titania-Johannisbeere sind ein weiteres Beispiel von Lebensmitteln aus österreichischen Regionen.

### **Motto „Österreich hat Vorrang“ startet bei Produktentwicklung**

Alle in den oben genannten Produkten enthaltenen Früchte sind typisch österreichisch und stammen von regionalen heimischen Bio-Obstbauern. Martina Hörmer erläutert am Beispiel der Marmeladen die Ja! Natürlich Sorgfalt: „Wir hätten bereits vor Jahren Bio-Marmelade anbieten können – aber nicht aus Österreich. Daher haben wir gewartet und so lange nach geeigneten Partnern gesucht, bis wir Bio-Marmelade mit 100 Prozent österreichischen Früchten anbieten konnten. Genau das ist für uns Bio ohne Kompromisse.“

### **Innovationen als Treiber für 2012**

Martina Hörmer freut sich auch bereits auf ein innovationsreiches Jahr 2012: „Produktentwicklung ist insbesondere im Bio-Bereich ein aufwendiger Prozess, da man immer wieder vor der Herausforderung der österreichischen Rohwarenbeschaffung steht. Aber unsere Mühen lohnen sich bei jedem neuem und innovativen Produkt.“ 2012 präsentiert sich zum Beispiel, als erfrischenden Auftakt zur warmen Jahreszeit, die beliebte Joghurtrange ‚Sommerfrisch‘ in den Sorten ‚Bananensplit‘ ‚Heiße Liebe‘ und heuer neu ‚Eismarillenknödel‘. Und neben ‚Frozen Joghurts‘ im Eissegment wird auch Schokolade aus österreichischer Bio-Heumilch ab Mitte April in zwei Sorten in den Regalen zu finden sein. Nicht nur im Food-Bereich bietet Ja! Natürlich 2012 den Österreicherinnen und Österreichern Innovationen, auch beispielsweise im Gartenbereich entwickelt sich die beliebte Bio-Marke weiter: So organisiert Ja! Natürlich heuer erstmals gemeinsam mit der Ja! Natürlich Bio-Gärtnerin Daniela Auer und ausgewählten anderen Experten Bio-Garten Workshops. Damit bietet Ja! Natürlich zusätzlich zum beliebten Gartensortiment wertvolles und praktisches Wissen an wenn es um Vielfalt für Bio-Garten, Terrasse und Balkon geht.

### **Green Packaging – jetzt neu für Wurstprodukte**

„Bio in Hülle und Fülle“ ist ein gutes Beispiel für die Innovationskraft von Ja! Natürlich. Bei Green Packaging gelang Ja! Natürlich im vergangenen Jahr ein Durchbruch: Als erste Lebensmittelmarke Österreichs begann Ja! Natürlich die Verpackung seiner Produkte stufenweise auf umwelt-schonende Materialien umzustellen. Bis 2015 sollen die Kunststoffverpackungen bei Obst und Gemüse so um 25 Prozent reduziert und bis zu 70 Tonnen Kunststoff in den nächsten Jahren

eingespart werden. Dies entspricht jener Menge, die man mit 1,5 Millionen Liter Rohöl produzieren kann. Nach den Paradeiser- und Paprikararitäten, den Heidelbeeren sowie den Bio-Äpfeln in umweltfreundlicher Hülle werden nun auch die ersten geschnittenen Wurst-Produkte auf eine nachhaltige Papierverbundfolie umgestellt, die 70 Prozent des Kunststoffverpackungsmaterials einspart. Denn der Rohstoff Holz für die Folie stammt aus zertifiziertem Anbau und ihre Verpackungsunterseite kann bedenkenlos im Papiermüll entsorgt werden. Die Umstellung auf Green Packaging kann nur schrittweise erfolgen, da jede Verpackung unter Rücksichtnahme der einzelnen Produktansprüche eingehend geprüft und evaluiert werden muss. 2011 wurden aber allein durch die Umstellungen bei Obst und Gemüse bereits 10 Tonnen Kunststoff eingespart, durch die Ausweitung auf Wurst kommen weitere 25 Tonnen pro Jahr hinzu.

### **Vorreiter in Social Media: Verknüpfung von Online und Offline**

Ja! Natürlich ist auch beim Thema Social Media seit vielen Jahren vorne dabei. Neben der aktiven Betreuung der mittlerweile knapp 40.000 Fans auf Facebook, steigen auch die Twitter-Follower stetig. Das ist neben der persönlichen Ansprache durch die Social Media Managerinnen von Ja! Natürlich nicht zuletzt dem neuen Konzept des „Twittagessen der anderen Art“ zu verdanken. Dabei trifft sich die Ja! Natürlich Twitter Community um gemeinsam zu kochen und zu genießen. Transparenz und Authentizität im Social Media haben oberste Priorität – Spielregeln, die für Ja! Natürlich selbstverständlich sind. Aus diesem Grund ist dieser Bereich auch direkt in die Marke integriert und wird nicht von externen Experten betreut.

#### **Über Ja! Natürlich**

Vor 18 Jahren begann die Erfolgsgeschichte von Österreichs größter Bio-Marke Ja! Natürlich, die heute eine Produktpalette von über 1.100 Artikeln umfasst. Die REWE Group Eigenmarke steht für Produkte aus biologischer Landwirtschaft. Hochwertige Qualität, bester Geschmack, vollkommene Transparenz und das Wirtschaften im Einklang mit der Natur haben oberste Priorität. Denn Ja! Natürlich bedeutet Genuss mit Verantwortung: Verantwortung gegenüber Mensch, Tier und Umwelt – aber auch Verantwortung gegenüber biologisch wirtschaftenden LandwirtInnen. Deshalb leistet die Bio-Marke auch einen wesentlichen Beitrag zu deren Förderung: Sie garantiert den Bio-Bäuerinnen und -Bauern eine sichere Abnahme und honoriert den Mehraufwand der biologischen Landwirtschaft mit den höchsten Bio-Zuschlägen des Landes. Unter dem Motto „Bio in Hülle und Fülle“ setzt Ja! Natürlich nun bei Verpackungen auf Green Packaging und damit neue Maßstäbe, was umweltschonende Verpackungen angeht. Ja! Natürlich ist bei BILLA, MERKUR, BIPA, ADEG und SUTTERLÜTY erhältlich.

Weitere Informationen unter [www.janaturlich.at](http://www.janaturlich.at) und auf <http://blog.ja-naturlich.at/>.

#### **Rückfragehinweis:**

Mag. (FH) Karin Nakhai, Pressesprecherin und Leiterin Media Relations REWE International AG  
REWE International AG, Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16, A-2355 Wiener Neudorf  
Tel.: +43 2236 600 5261, E-Mail: [k.nakhai@rewe-group.at](mailto:k.nakhai@rewe-group.at)