

PRESSEINFORMATION

Wiener Neudorf, 14. April 2015

Die Lebensmittelmarke für alle Ansprüche: Ja! Natürlich setzt auf Tierwohl und Bio-Regionalität

Österreichs größte Bio-Marke zieht Bilanz und blickt auf ein erfolgreiches 20-Jahr-Jubiläum zurück. Mit einem Plus von 4,4% und 355 Mio. Euro Umsatz startet Ja! Natürlich in das neue Geschäftsjahr, das ganz im Zeichen zukünftiger Lebenswelten der Konsumenten steht. Im Zentrum stehen dabei der Fokus auf Tierwohl und "Bio-Regionalität".

Trotz herausfordernder Bedingungen in der Branche konnte Ja! Natürlich im Jubiläumsjahr erneut einen Rekordumsatz von 355 Mio. und damit ein Plus von 4,4% gegenüber dem Vorjahr einfahren. „Der gestiegene Umsatz zeigt, dass der Trend zu Bio ungebrochen und Bio aktueller denn je ist. Die Konsumenten von morgen definieren sich über ihre Ernährung und Bio ist das Beste, was wir ihnen bieten können“, sagt Martina Hörmer, Geschäftsführerin von Ja! Natürlich.

Ja! Natürlich: Österreichs bester Partner für ein natürliches Leben punktet in der jungen Zielgruppe

Ja! Natürlich ist seit über 20 Jahren Österreichs Bio-Marke Nummer 1 – und das wie eine Studie zeigt auch in der jungen Zielgruppe.¹ Die wichtigsten Themenfelder für die junge Zielgruppe sind artgemäße Tierhaltung, Verbot von Hormonen und Antibiotika und Verantwortung für Mensch, Tier und Umwelt.

Diese Fakten sowie die Ergebnisse aus der Zusammenarbeit mit dem renommierten Gottlieb Duttweiler Institute (GDI) im vergangenen Jahr ergeben für Ja! Natürlich jene Themenfelder, die es in Zukunft stärker zu besetzen gilt. Fünf davon bilden den Kern des laufenden Geschäftsjahres.

#1 Priorität Tierwohl: Der Konsument von morgen will beste Bedingungen in der Tierhaltung

Tierwohl steht mehr denn je im Mittelpunkt des Interesses. Deshalb hat sich Ja! Natürlich seit Anbeginn der artgemäßen Tierhaltung verschrieben und Richtlinien etabliert, die oft strenger als das

¹ („Jugend Snapshots für Ja! Natürlich“, OMD Mediaagentur GmbH, Haushaltsführer 18-29 Jahre, n=500)

Gesetz sind. Dazu gehören beispielsweise der Auslauf für alle Nutztiere, der Kontakt zu Artgenossen und Bio-Fütterung.

Das neue Pionierprojekt „Bio-Milchziegen-Kitz“ —von Ja! Natürlich und MERKUR – wurde 2014 ins Leben gerufen und widmet sich der ganzjährigen Vermarktung von Kitzfleisch. „Kitzfleisch wird vor allem zu Ostern nachgefragt, die Kitze werden aber natürlich das ganze Jahr über geboren“, erklärt Hörmer. Im Rahmen des Projektes „Bio-Milchziegen-Kitz“ garantiert Ja! Natürlich die ganzjährige Abnahme von Kitzen aus regionaler Schlachtung, die in ausgewählten MERKUR Filialen zum Verkauf angeboten werden.

#2 Ein Label, das alles vereint: Der Konsument von morgen will mehr Transparenz, Sicherheit und das Beste aus Österreichs Bio-Regionen

In Zeiten, in denen zahlreiche Labels den Konsumenten mit unterschiedlichen Versprechen verwirren, gibt Ja! Natürlich Orientierung und Sicherheit. Ein gutes Beispiel dafür ist die Regionalität. „Regionalität ist ohne Zweifel ein großer Trend im Lebensmittelhandel. Aber: regional alleine ist kein Qualitätsversprechen. Denn regional ist nur dann wirklich gut, wenn es aus den besten Bio-Regionen und von den besten Bio-Bauern kommt. Deshalb arbeiten wir seit Anbeginn unter diesem Motto gemeinsam mit unseren Bio-Bauern daran, den Konsumenten beste bio-regionale Produkte zu bieten“, erläutert Martina Hörmer. Das Vertrauen in Ja! Natürlich und die Bio-Regionalität wird dabei vor allem durch die Kommunikation auf allen Kanälen gestärkt werden, auf denen Konsumenten allumfassend informiert werden. „Wer sich gesund, regional, saisonal, fair, praktisch, vegetarisch, vegan und mit bestem Gewissen gegenüber Mensch, Tier und Umwelt ernähren möchte, muss auch in Zukunft nicht lange nach verschiedenen Lebensmittelherstellern suchen – mit Ja! Natürlich bekommen Sie das Beste aus einer Hand“, fasst Hörmer zusammen.

#3 Do it yourself: Der Konsument von morgen will selbst anpacken

Ja! Natürlich bot bereits 2011 als erster ein breites biologisches Gartensortiment an, das mittlerweile 114 Samen umfasst, 2015 kommen 40 neue Samen hinzu. Außerdem gibt es unter anderem ein umfangreiches Sortiment an Erdbeer- und Gemüsejungpflanzen, Balkonblumen und Blüten-Stauden Mix wie Lavendel. Das Garten-Sortiment ist in den BILLA und MERKUR-Filialen erhältlich, darüber hinaus heuer erstmals auch in Gartenmärkten.

#4 Convenience: Der Konsument von morgen will es nicht nur biologisch, sondern auch praktisch

Aufgrund der Schnelligkeit des Alltags ist die Nachfrage nach Convenience-Produkten stark gestiegen. „Tempo und Schnelligkeit des Alltags sind für eine moderne Marke wie Ja! Natürlich kein Gegensatz zu gesunder, biologischer Ernährung. Mit unseren Convenience-Produkten orientieren wir uns an den Wünschen und Bedürfnissen der Konsumenten, die großen Wert auf praktische, hochwertigste und gleichzeitig biologische Ernährung legen“, erklärt Martina Hörmer. Neu im Sortiment sind beispielsweise das Müsli mit Joghurt und der Cashew Cranberry Mix.

#5 Online-Handel: Der Konsument von morgen will Frische per Mausclick

„Wir wollen unsere Bio-Produkte nicht nur in den Einkaufsmärkten, sondern auch online anbieten. Wer sich gesund, biologisch und nachhaltig ernähren möchte, kann das beispielsweise mit unseren Energieboxen im BILLA Online-Shop. Sie können in mittlerweile mehr als 400 Ortschaften bzw. knapp 1,5 Millionen Haushalte österreichweit geliefert werden“, erklärt Martina Hörmer. Im vergangenen Jahr konnte der Online-Umsatz im Vergleich zu 2013 um 32% gesteigert werden, auch die ersten drei Monate des aktuellen Jahres lassen erneut auf eine starke Entwicklung schließen. Ja! Natürlich erhofft sich dadurch den neuerlichen Ausbau der Bio-Marktführerschaft.

Bildtext und Credits zum übermittelten Bildmaterial

Bild 1: Bio-Regionalität

Bild 2: Do it yourself

Bild 3: Ja! Natürlich Geschäftsführerin Martina Hörmer

Credits: Ja! Natürlich/Christian Dusek, Abdruck zu PR-Zwecken honorarfrei.

Über Ja! Natürlich

1994 – vor mehr als 20 Jahren – begann die Erfolgsgeschichte von Österreichs größter Bio-Marke, die heute eine Produktpalette von über 1.100 Produkten umfasst. Die REWE Group Eigenmarke steht für Produkte aus biologischer Landwirtschaft, hochwertige Qualität, besten Geschmack, vollkommene Transparenz und das Wirtschaften im Einklang mit der Natur. Das alles hat 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 seit einigen Jahren 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 und auf <http://blog.ja-naturlich.at/>.

Rückfragehinweis REWE International AG:

Mag. Ines Schurin, Pressesprecherin und Leiterin Media Relations

REWE International AG, Industriezentrum NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16, A-2355 Wiener Neudorf

Tel.: +43 2236 600 5261, E-Mail: i.schurin@rewe-group.at