



PRESSEINFORMATION

Unternehmensporträt basic AG

Bio-Genuss für alle. Das ist das Motto der Bio-Supermarktkette basic. Hier erhalten bewusste Genießer ein Vollsortiment hochwertiger Lebensmittel – ausschließlich in geprüfter Bio-Qualität. Wer sich und seine Familie ökologisch ernähren möchte, findet in den Filialen von Deutschlands wohl bekanntester Bio-Supermarktkette zwischen 8.000 und 12.000 Bio-Produkte. Von Milch über Käse bis hin zum Fleisch und Gemüse. Hinzu kommen nachhaltig produzierte Drogerie- und Kosmetikartikel und klassische Naturkost-Lebensmittel. Und das alles zu Preisen, die mit nahezu jedem herkömmlichen Supermarkt mithalten können. basic setzt dabei ganz bewusst auch auf die Erzeugnisse lokaler Bio-Bauern und Anbau-Genossenschaften sowie mit der Eigenmarke basic auf besonders preiswerte Lebensmittel mit Bio-Siegel.

Die nicht börsennotierte basic AG wurde 1997 von vier Pionieren der Bio-Branche in München gegründet. Das Unternehmen ist ein Vorreiter des Gedankens, dass Produkte in Bio-Qualität für alle verfügbar sein sollten. Das Ziel von basic: Das Angebot umfasst ausschließlich nachhaltig produzierte Lebensmittel aus kontrolliert ökologischem Anbau, die mindestens den EU-Öko-Standard erfüllen. 1998 eröffnete basic seinen ersten Supermarkt in München-Schwabing. Im Jahr 2000 folgte die zweite Filiale am Viktualienmarkt. Heute betreibt das Unternehmen 24 Bio-Supermärkte in ganz Deutschland, von denen jeder etwa 500 bis 1100 Quadratmeter Fläche hat. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz in Deutschland etwa 100 Millionen Euro (2009: 96 Mio. Euro). Mit weiteren Eröffnungen will basic auch 2012 wieder wachsen. Seit 2006 ist basic auch im Nachbarland Österreich mit Filialen in Wien und Salzburg präsent.

Bewusstes Einkaufen, das Spaß macht

Allen basic-Supermärkten liegt ein Gedanke zugrunde: Bewusstes Einkaufen soll Spaß machen. In den angenehm hell gestalteten Märkten von basic fühlen sich die Kunden wohl und erhalten kompetente Beratung durch speziell ausgebildete Mitarbeiter. Da basic lokale Erzeuger fördert, deren Betriebe maximal 150 Kilometer von der jeweiligen Filiale entfernt liegen dürfen, unterscheiden sich die Sortimente von Filiale zu Filiale. Die Produkte werden durch den Aufdruck „Aus der Region“ gekennzeichnet. Darüber hinaus setzt basic vor allem auf geprüfte Lebensmittel bundesweit aktiver Anbauverbände wie Bioland und Demeter.

Vollsortiment für den Bio-Einkauf ohne Grenzen

Jede basic-Filiale ist aufgebaut wie ein klassischer Frische-Supermarkt: Vom Backshop mit angeschlossenem basic-Bistro über die Fleisch-, Wurst und Käsetheke bis hin zur Drogerieabteilung. Die Kunden erhalten sowohl frische Ware, als auch Fertigprodukte sowie tiefgefrorene Lebensmittel. Natürlich sind auch nichtalkoholische und alkoholische Getränke wie Säfte, Bier und Wein Bestandteil des Sortiments. Eine Besonderheit ist die begehbare Kühlabteilung für empfindliches Obst und Gemüse. So wird sichergestellt, dass die wertvollen Vitamine der Bio-Produkte lange erhalten bleiben. Darüber hinaus bietet das Unternehmen unter seiner Eigenmarke basic rund 350 besonders attraktive Waren an, meist Grundnahrungsmittel und Produkte des täglichen Bedarfs.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Swaantje Katz

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 / 89 / 30 66 896-230

Fax: +49 / 89 / 30 66 896-290

skatz@basic-ag.de

www.basicbio.de