



PRESSEINFORMATION

basic setzt Trends: Österreicher wollen mehr Bio

München, 14. Juli 2009 – Sie fahren weniger Auto, schränken sich bei Genussmitteln ein. Aber auf keinen Fall wollen die Österreicher bei der gesunden Ernährung zurückstecken. Im Gegenteil: Immer mehr folgen dem Trend zur Bio-Kost. Das belegt auch eine aktuelle Studie der Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit (AGES).

Immer mehr Verbraucher, die sich gesund und bewusst ernähren möchten, kaufen bei basic ein. Denn sie wissen: Hier gibt es alles, was es in jedem guten Supermarkt gibt – in bester Bio-Qualität. Mehr als 8.000 Produkte ermöglichen ein Einkaufserlebnis mit allen Sinnen. Die basic AG betreibt in Deutschland bereits erfolgreich 24 Filialen. Seit 2006 ist das Unternehmen auch in Österreich aktiv.

Der Erfolg der beiden Frische-Supermärkte in Wien (12. Bezirk/U4-Center) und Salzburg (Alpenstraße 75) zeigt, dass dies der richtige Schritt war. „Besonderen Wert legen wir auf regionale Bio-Waren“, sagt Kay Jesemann, Geschäftsführer der basic Austria Bio für alle GmbH. „Da muss niemand auf seine gewohnten Spezialitäten verzichten. Wenn es sie in Bio-Qualität gibt, gibt es sie bei basic.“ Im Vollsortiment der basic-Supermärkte kommen deshalb rund 2.000 Artikel direkt aus Österreich. Sie werden von etwa 50 österreichischen Produzenten hergestellt. Fleisch und Wurstwaren liefern etwa Sonnberg und Juffinger, Käse die Hofkäserei Kastner und die Dorfkäserei Pötzelsberger. So ist basic auch zu einem entscheidenden Faktor für das Wachstum der österreichischen Bio-Branche geworden.

Nachfrage nach Bio-Produkten steigt

„Die Nachfrage nach kontrollierter Bio-Ware ist in Österreich enorm“, weiß Kay Jesemann. „Und sie nimmt stetig zu.“ Das beweisen auch die aktuellen Untersuchungsergebnisse der Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit (AGES), die im Mai veröffentlicht wurden. Demnach ernähren sich die Österreicher zunehmend gesünder.

Gerade angesichts der aktuellen Krise, so die Studie, sparen die Österreicher fast überall - nur nicht beim gesunden Essen mit ökologischen Nahrungsmitteln.

Bio-Qualität muss nicht teuer sein: Günstige Eigenmarke macht's möglich

Die ernährungsbewussten Kunden schätzen dabei, dass sie für gute Bio-Qualität bei basic nicht unbedingt mehr bezahlen müssen als im herkömmlichen Supermarkt. basic bietet rund 160 Produkte des täglichen Bedarfs unter der Eigenmarke basic zum besonders günstigen Preis an. Gleichzeitig hat die Güte der Produkte für die basic-Kunden oberste Priorität: Sie wissen, dass die Lebensmittel in den basic-Supermärkten regelmäßig kontrolliert werden und mit hochwertigen Siegeln ausgezeichnet sind.

Darüber hinaus schätzen die Kunden die Frische der Waren. Die begehbare Kühlabteilung von basic sorgt dafür, dass wertvolle Vitamine in Obst und Gemüse erhalten bleiben. Die meisten leicht verderblichen Produkte kommen direkt aus dem Umland und legen somit keine langen Wege zurück. Die Summe aus allen Vorteilen macht die Lebensmittel bei basic zu einem besonderen Genuss.

Über die basic AG

Die 1997 in München gegründete, nicht börsennotierte basic AG steht für gesunde Bio-Lebensmittel, die unter ethischen und sozialen Gesichtspunkten erzeugt und vermarktet werden. Die basic AG betreibt in 14 deutschen Städten 24 Bio-Supermärkte. 2006 wurde die österreichische Tochter „basic Austria Bio für alle GmbH“ gegründet, die jeweils eine Filiale in Salzburg und Wien unterhält. Die Frische-Supermärkte der basic AG bieten ein Vollsortiment mit rund 8.000 Produkten, darunter mehr als 200 besonders preisgünstige Artikel der Eigenmarke basic. Bis auf wenige Ausnahmen stammen alle Waren aus kontrolliert ökologischem Anbau und erfüllen mindestens den EU-Öko-Standard. Bevorzugt werden Produkte von Anbauverbänden wie Bioland, Naturland und Demeter ins Sortiment aufgenommen und auch Erzeugnisse regionaler Produzenten, deren Standorte nicht weiter als 150 Kilometer von der jeweiligen Filiale entfernt liegen dürfen. Großzügige Bedientheken für Fleisch, Wurst, Käse und Backwaren sowie begehbare Kühlhäuser für Obst und Gemüse gehören zu den Standards. Im Jahr 2008 erwirtschaftete das Unternehmen einen Umsatz von rund 93 Millionen Euro. Vorstand der Aktiengesellschaft ist seit August 2008 Joachim Kreuzburg, Aufsichtsratsvorsitzender ist Frank Dieter Maier.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Swaantje Katz
PR-Management
basic AG
Richard-Strauss-Str. 48/1. OG
81677 München
Tel.: +49 89 3066 896 - 230
Fax: +49 89 3066 896 - 290
E-Mail: presse@basic-ag.de
www.basicbio.de

Birgit Gehring
Senior-PR-Beraterin
Serviceplan BRAND PR GmbH & Co. KG
Haus der Kommunikation
80250 München
Telefon: +49 89 2050 4166
Telefax: +49 89 2050 4151
E-Mail: b.gehring@brandpr.de
www.brandpr.de