



PRESSEINFORMATION

Online-Shop: Bio-Supermarkt im Internet eröffnet

München, 15. Juli 2009 – Bio ist mehr als ein Trend. Bio ist ein ganz selbstverständliches Lebensgefühl für immer mehr Menschen, die Wert auf gesunde, ökologische und nachhaltige Ernährung legen. Bio-Produkte in ihrer ganzen Vielfalt sind ab jetzt noch einfacher zu erreichen: Unter dem Motto „Bio-Genuss für alle“ eröffnet heute Deutschlands große Bio-Supermarktkette basic seine Filiale im Internet. Unter www.basicbio.de und www.biowelt.de gibt es im neuen basic-Online-Shop knapp 2.000 zertifizierte Bio-Produkte in der bekannten und beliebten basic-Qualität.

In Deutschland und Österreich haben damit nun alle Verbraucher die Möglichkeit, aus einem umfangreichen Bio-Sortiment zu wählen. Also auch diejenigen, die nicht in der Nähe von einer der 24 deutschen oder zwei österreichischen basic-Filialen wohnen – oder aus beruflichen wie privaten Gründen nicht im Bio-Supermarkt von basic einkaufen können. „Wir liefern bundesweit, schnell und zuverlässig bis an die Haustür“, sagt Jörn Göbert, Generalbevollmächtigter der basic AG. Für den Versand nutzt basic das „go green“-Angebot der DHL, bei dem die Pakete CO₂-neutral versendet werden. Die beim Transport entstehenden CO₂-Emissionen werden durch nationale und internationale Projekte ausgeglichen. Dies wird durch unabhängige Stellen überprüft und zertifiziert (mehr Infos: www.dhl.de/gogreen). Nur schwer messbar, aber durchaus ein Faktor bei der Reduktion von CO₂-Emission ist der Internet-Einkauf an sich: basic-Kunden können ihr Auto in der Garage stehen lassen und bequem von zu Hause aus einkaufen.

Die Philosophie von basic: ganzheitliche Verantwortung für Mensch und Natur

Die Entscheidung für den CO₂-neutralen Versand zeigt den nachhaltigen Ansatz von basic. „Wir verstehen den Vertrieb von Bio-Produkten als eine Form der ganzheitlichen Verantwortung gegenüber den Menschen, der Gesellschaft und der Natur“, sagt Jörn

Göbert. „Bio-Produkte bewahren bäuerliche Kleinbetriebe und die handwerkliche Produktion, fördern regionale Strukturen und sorgen für faire Erzeugerpreise.“ Um all dies zu gewährleisten, wählt basic seine Großhändler, Hersteller und Biobauern sorgfältig aus. Qualität, Sicherheit und Nachvollziehbarkeit der Produkte im Online-Shop werden selbstverständlich ebenso regelmäßig überprüft wie in den basic-Filialen.

Transparenz und Fairness: nur die beste Qualität für basic-Kunden

Auch in der Beziehung zum Kunden setzt basic auf Transparenz und Fairness. Faktoren, die im Internet besonders wichtig sind, da hier die persönliche Beratung von Mensch zu Mensch fehlt. basic stellt sicher, dass die im Online-Shop verfügbaren Produkte in höchster Qualität bei Kunden ankommen. Auf das Angebot an Obst und Gemüse wird im Online-Sortiment verzichtet. Alkoholhaltige Lebensmittel werden erst verschickt, wenn der Kunde per Post-Ident-Verfahren einen zweifelsfreien Altersnachweis erbracht hat. So wird basic nicht nur seiner rechtlichen, sondern auch seiner gesellschaftlichen Verantwortung gerecht.

Alle Produkte im Online-Shop von basic genügen mindestens der EU-Öko-Verordnung. Die meisten jedoch tragen die Siegel von Anbauverbänden und Genossenschaften mit weit höheren Ansprüchen. Darüber hinaus bietet basic mit seiner Eigenmarke auch rund 160 Produkte des täglichen Bedarfs zu besonders günstigen Preisen in Bio-Qualität an. Mit diesem Sortiment ermöglicht basic es seinen Kunden überall in Deutschland und Österreich, sich und ihre Familien mit den besten verfügbaren Bio-Produkten zu ernähren.

Konzeptionell und technisch umgesetzt wurde der Online-Shop durch die INX Netzwerktechnik GmbH Berlin.

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 Filia-

le 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