

PRESSEINFORMATION

Wiener Neudorf, 15. November 2019

Mit der Kraft von 25 Jahren Pioniergeist blickt Ja! Natürlich in die Zukunft: Vorreiterrolle von Bio-Weltmeister Österreich in Europa ausbauen

Vor 25 Jahren begann mit Ja! Natürlich eine einzigartige Erfolgsgeschichte. Der Einstieg der Supermarktketten BILLA und MERKUR in Bio war ein Meilenstein in der Entwicklung Österreichs zum Biomusterland in Rot-Weiß-Rot. Heute ist Österreich Bioweltmeister, Ja! Natürlich nicht nur die größte Lebensmittelmarke, die beliebteste Bio-Marke Österreichs, sondern auch die größte Bio-Marke weltweit relativ zu ihrem Verbreitungsgebiet. Das alles ist für Ja! Natürlich jedoch nur Ansporn für die nächsten 25 Jahre. Der deutsche Bio-Experte Jan Niessen leitet aus der Erfolgsgeschichte „Made in Austria“ eine besondere Verantwortung und Vorbildfunktion für den Stellenwert und die Zukunft der biologischen Landwirtschaft in Europa ab. Österreich als Vorkämpfer und Bio als Treiber für ein natürlicheres Österreich – diese Perspektive teilt auch Bio-Landwirt Markus Brandenstein. Möglich ist dies nicht zuletzt durch 25 Jahre intensivster Anstrengungen für Mensch, Tier und Umwelt – auf denen die engagierten Zukunftspläne von Ja! Natürlich aufbauen, wie Martina Hörmer erklärt.

„Angefangen hat alles 1994 mit dem Wunsch, biologische Lebensmittel von bester Qualität nicht nur einigen wenigen, der Bio-Landwirtschaft verbundenen Menschen, anzubieten. Ja! Natürlich hatte das Anliegen, Bio für alle erreichbar und erschwinglich zu machen. Und damit der biologischen Landwirtschaft auch die für eine Ökologisierung der Landwirtschaft erforderlichen Absatzmöglichkeiten zu eröffnen. Als führende Bio-Marke hatten wir von Anfang an die Verantwortung, entschlossen voranzugehen. In all den Jahren sind wir diesem Grundsatz der Verantwortung für Mensch, Tier und Umwelt treu geblieben. Ja! Natürlich war nie nur einfach eine Marke für Bio-Lebensmittel nach den gesetzlichen Standards, sondern stets geprägt vom unermüdlichen Einsatz für Qualität ohne Kompromisse, Genuss in Vollendung und

österreichische Herkunft als Prinzip – und dies gemeinsam mit unseren Lieferantinnen und Lieferanten, die uns in jahre- und jahrzehntelangen Partnerschaften eng verbunden sind,“ resümiert Ja! Natürlich Geschäftsführerin Martina Hörmer. „Bei Themen wie artgerechter Tierhaltung und Green Packaging, Bio-Garten und Palmölfreiheit oder zuletzt durch das Bewusstmachen der Bedeutung gesunder Böden für die Qualität unserer Lebensmittel und der Biodiversität waren wir einer breiten öffentlichen Diskussion stets einen Schritt voraus. Man kann sagen, Ja! Natürlich hat als Impulsgeber wichtige Fragen früh aufgegriffen und auch im Sinne des Bio-Pioniers erst zum Thema gemacht.“ Ja! Natürlich hat die österreichische Agrarpolitik maßgeblich positiv beeinflusst und immer eine strategische Rolle im Rahmen der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie und des Klimaschutzes gespielt. Sie bietet den heimischen Konsumentinnen und Konsumenten heute über 1.100 Produkte. Für jeden dritten Kunden ist dies ein Grund, bei BILLA und MERKUR einzukaufen. Dies alles macht Ja! Natürlich zur umsatzstärksten Lebensmittelmarke des Landes und am Verbreitungsgebiet gemessen zur größten Bio-Marke der Welt.

Bio-Benchmark Österreich: Handel als Treiber der Erfolgsgeschichte

„Ja! Natürlich hat einen erheblichen Anteil an der Erfolgsgeschichte des Bio-Weltmeisters Österreich“, stellt auch Jan Niessen, Professor für Strategische Marktbearbeitung in der Biobranche an der Technischen Hochschule Nürnberg, fest. In Abgrenzung zu Deutschland, aber auch dem übrigen Europa, diagnostiziert der Experte für Österreich die frühen gemeinsamen Anstrengungen von Handel und Landwirtschaft als wesentliche Erfolgskriterien: „In Österreich gibt es seitens des Lebensmittelhandels schon lange ernsthafte Anstrengungen, Bio in die Breite zu bringen – und gleichzeitig stetig die Qualität von Bio, erweitert um Mehrwerte wie Regionalität, Tier- und Artenschutz oder Bodenfruchtbarkeit, weiter nach oben zu schrauben. Das fordert die Produzenten heraus, sich stets weiter zu entwickeln und gleichzeitig den Prinzipien der Bio-Bewegung treu zu bleiben. Davon profitieren die Konsumentinnen und Konsumenten ebenso wie die Landwirtschaft selbst, deren Arbeit entsprechend honoriert wird und die durch Innovationen zukunftsfähig bleibt“, skizziert Niessen die Situation hierzulande. Anders als in Österreich gab es im weltweit zweitgrößten Bio-Markt Deutschland lange Berührungspunkte mit dem allgemeinen Lebensmittelhandel, sodass die Potenziale für Bio noch nicht ausgeschöpft wurden und der Handel erst spät die Potenziale für sich – und damit für die gesamte Gesellschaft – entdeckt hat.

Rolle des Handels als Vermittler zwischen Konsument und Produzent

Markus Brandenstein, Bio-Landwirt aus Marchegg in Niederösterreich und Ja! Natürlich Bauer der ersten Stunde sieht den Handel ebenfalls in einer wichtigen Vermittlerrolle. Dieser müsse den Konsumentinnen und Konsumenten im öffentlichen Diskurs Rede und Antwort stehen und die Ansprüche und Leistungen der biologischen Landwirtschaft für jedermann möglichst einfach begreifbar machen. „Bio hat für mich nicht nur Zukunft, Bio ist die Zukunft! Als Vermittler zwischen End-Kundinnen und -Kunden und uns Produzentinnen und Produzenten ist es Aufgabe des Handels klarzustellen, dass Bio seinen Preis haben muss, weil es einfach auf vielen Ebenen nachhaltiger ist. Der Mehraufwand, der uns Bio-Bäuerinnen und -Bauern dadurch entsteht, muss entlohnt werden und das sollte uns allen unsere Erde wohl hoffentlich auch wert sein.“ Dazu bestätigt Jan Niessen: „Wenn die Preise die Wahrheit sprechen würden, ist Bio insgesamt günstiger als konventionell. Die Generation von Greta Thunberg wird das sicher verstehen und den Bio-Konsum stärken, denn die wissenschaftlichen Erkenntnisse liegen vor.“

Zukunft von Bio: Mehr Kommunikation und keine Kompromisse

Das Schweizer Gottlieb Duttweiler Institut hatte in seiner Bio-Zukunftsstudie zum zwanzigsten Geburtstag von Ja! Natürlich 2014 schon prognostiziert, dass es in Zukunft eine zentrale Aufgabe von Bio-Marken und Handel sein wird, Klarheit über die Flut an neuen Trends, unterschiedlichen Gütesiegeln und verschiedenen Ausrichtungen von Bio zu schaffen. „Eine Marke, die alles vereint“ und „Bio-Bildung“ sind dabei zwei wichtige Stoßrichtungen. „Bio-Bildung“ zur nachhaltigen Landwirtschaft, ökologischen und ökonomischen Zusammenhängen und dem Produktionskreislauf verlangt Transparenz und stetigen Austausch mit den Konsumentinnen und Konsumenten. Für die Bio-Branche wünscht sich Hörmer dabei, „dass sie nicht nur Aufklärungsarbeit betreibt, sondern auch europaweit wieder zu mehr Ernsthaftigkeit zurückkehrt. Wer Bio lebt, wie Ja! Natürlich dies tut, der weiß, dass Bio keine Kompromisse eingehen darf. Bio ist nicht nur die nachhaltigste Bewirtschaftungsmethode, sondern muss auch moralische wie ästhetische Werte erfüllen. Ja! Natürlich hatte diesen ethischen Anspruch schon immer, er gewinnt in der aktuellen Klima-Diskussion aber noch weiter an Bedeutung.“ Bio-Handelsexperte Jan Niessen bekräftigt: „Im Vergleich zu Deutschland, bei dem der Preiskampf innerhalb des Biosektors mittlerweile überwiegt und viele das billigste Bio anbieten wollen, herrscht in Österreich ein Wettbewerb um das beste Bio. Eine Preisspirale nach unten führt in der Landwirtschaft und Lebensmittelherstellung am Ende immer zu einer Qualitätsspirale nach unten. Wer bei

Bio keine Kompromisse machen und Bio zukunftsfähig halten will, muss Aufwand und geschaffene Werte honorieren.“

Ambitionierte Pläne und ein klares Bekenntnis für ein natürliches Österreich

Dies wiederum heißt, dass Bio für Landwirtinnen und Landwirte attraktiv bleibt. Es heißt gleichzeitig aber auch, grundsätzlich wettbewerbsfähig zu bleiben und den technologischen Fortschritt gezielt zu nutzen, um die biologische Landbewirtschaftung effizienter zu gestalten und die hohen Nachhaltigkeitsziele effektiv zu erreichen. Dazu Andreas Steidl, Geschäftsführer und Leiter des Qualitätsmanagements von Ja! Natürlich: „Um die Zukunftsvision von Bio zu verwirklichen, braucht es stets eine auf Vertrauen und Verlässlichkeit beruhende Zusammenarbeit von Bio-Landwirtschaft und Handel. BILLA und MERKUR waren unter den ersten Supermarktketten der Welt, die Bioprodukte in ihr Sortiment aufnahmen und damit die Bio-Entwicklung hierzulande erst ermöglichten, um die Österreich viele Staaten beneiden. Dank dieser Unterstützung pflegt Ja! Natürlich heute langjährige Partnerschaften mit seinen über 7.000 Bio-Bäuerinnen und -Bauern und rund 160 Partnerbetrieben. 80 Prozent unserer Produkte stammen aus Österreich. Regionale Herkunft wird bei uns ganz großgeschrieben.“ Markus Brandenstein, Ja! Natürlich Bio-Bauer seit Beginn an, bestätigt: „Unsere Biolandwirtschaft ist Teil eines großen Zahnrades im Lebensmittelsystem. Um Bio auch in Zukunft zu stärken, müssen wir alle zusammenarbeiten“.

Sensation zum Jubiläum: Erdnüsse, Superfood und Ingwer aus Österreich in Bio

Bestes Beispiel für die Stärkung der regionalen Landwirtschaft durch Innovation sind die sensationellen Sortiments-Neuzugänge mit österreichischer Herkunft, die Ja! Natürlich in diesem Herbst präsentieren darf. Bio-Ingwer, Bio-Chia und anderes sogenannte „Superfood“ aus Österreich und in wenigen Wochen erstmals auch Bio-Erdnüsse aus Österreich – allesamt Produkte, die bisher aus dem Ausland importiert werden mussten. Sie wurden daher im Falle von Ingwer und Chia aufgrund der nicht lückenlosen Kontrollierbarkeit von Ja! Natürlich auch gar nicht erst angeboten. Ganz im Sinne der Überzeugung, dass Bio mehr ist als sich an Bio-Richtlinien zu halten. Dass diese neuen österreichischen Produkte in diesen Wochen erstmals von Ja! Natürlich in den heimischen Handel gebracht werden liegt nicht nur an den veränderten klimatischen Bedingungen in Österreich, sondern vor allem auch an der Ausdauer und harten Entwicklungsarbeit auf Seite der Landwirtinnen und Landwirte, denen Ja! Natürlich für derartige Pionier-Leistungen seit 25 Jahren den Rücken stärkt.

25 Jahre Zusammenarbeit mit der Bio-Landwirtschaft – Meilensteine der Qualitätspolitik

Nach der Startphase, in der der Hauptfokus auf die ausreichende Beschaffung von biozertifizierten Produkten zur Abdeckung der steigenden Nachfrage lag, folgte zu Beginn des Jahrtausends die Zeit der Systematisierung und Konsolidierung. Im Fokus stand der Aufbau von Qualitätssicherungssystemen, um den Bio-Skandalen dieser Zeit ein Ende zu setzen, die dem raschen Wachstum geschuldet waren. Bereits damals ging Ja! Natürlich die Partnerschaft mit Global 2000 für die Kontrollen der ausländischen Obst- und Gemüseproduzenten ein – direkt im Ursprungsland, während der vegetativen Phase. Es galt auch, den zahlreichen Ausnahmen der damals geltenden Bio-Verordnung ein Ende zu setzen, die als politischer Kompromiss zwar den Wünschen und existierenden Produktionsgegebenheiten der Produzenten folgten, sich aber nicht mit den Grundsätzen der Bio-Philosophie und den Vorstellungen der bio-affinen Konsumentinnen und Konsumenten deckten. Dazu gehörten beispielsweise Beschränkungen im Auslauf der Mastschweine, die von den Produzenten mit einer beengten Hoflage begründet wurden oder die Akzeptierung eines Kastenstandes bei Zuchtsauen. Ja! Natürlich als Vorreiter ebnete damals der Politik den Weg für das Auslaufen solcher Kompromisse.

Schon frühzeitig erkannte Ja! Natürlich, dass die gesetzlichen Bio-Vorgaben generell Themen ausklammern, oder nur unzureichend konsequent behandeln, die aber von besonderer Sensibilität bei den Kundinnen und Kunden sind. Dieser Themen nahm sich Ja! Natürlich verstärkt an. Darunter fallen z.B. das verpflichtende Aufziehen der männlichen Küken in der Eierproduktion oder die Kastration von Schweinen ausschließlich unter Schmerzausschaltung und Schmerzbehandlung. Dies sind Beispiele, wie substanziell Ja! Natürlich die Richtlinien für artgemäße Tierhaltung gestaltete, sei es in Rahmen von Branchenlösungen oder bei den eigenen Vertragsbäuerinnen und -bauern in Form von strengeren Produktionsrichtlinien. So gelang es auch, Premiumstandards bei Bio-Milch (365 Tage Freilauf) oder bei Bio-Jungrindfleisch (365 Tage Freilauf/Mutterkuhhaltung) zu etablieren und für eine besondere Marktbelegung zu sorgen.

Richtungsweisend sind auch die Anstrengungen der Verwendung qualitätsgesicherter Rohstoffe bei zusammengesetzten Lebensmitteln. So hat Ja! Natürlich bei den Eierteigwaren nicht nur eine österreichische Produktion von Bio-Hartweizen initiiert, sondern gleichzeitig auch heimische Eier nach einem eigenen Frischei-Standard in diesem Verarbeitungssegment implementiert. Ebenso erfolgte bei den Verarbeitungsprodukten die Anpassung von Rezepturen oder der Produktionsprozesse, wie z.B. beim palmölfreien Sortiment oder beim Reinheitsgebot bei Brot.

Die Basis für die Zukunft von Ja! Natürlich sind diese Errungenschaften eines anspruchsvolleren Bio, das den ökologischen Grundsätzen und der Erwartungshaltung der anspruchsvollen Kundinnen und Kunden deutlich mehr gerecht wird als die bloßen Vorschriften der Bio-Verordnung. Auf diese Weise gilt es, das Marktpotential auszubauen und auch den gesellschaftlichen Entwicklungen insbesondere im Bereich des Tierwohles und des Klimaschutzes gerecht zu werden. Entsprechend dieser Herausforderung sieht Ja! Natürlich zum Beispiel ein Potential bei der Weiterentwicklung von landwirtschaftlichen Produktionsvoraussetzungen im Bereich der Tier- und Pflanzengenetik, mit dem Ziel einer verbesserten Futter- und Nährstoffeffizienz.

Das Ja! Natürlich Bio-Camp wird via Livestream auf Facebook übertragen und ist zum Nachsehen verfügbar!

Bildtexte zum übermittelten Bildmaterial:

Bild 1: Ja! Natürlich Bio-Camp Eröffnung mit den Ja! Natürlich Geschäftsführern Andreas Steidl und Martina Hörmer, Prof. Jan Niessen und Bio-Landwirt Markus Brandenstein (v.l.n.r.)

Bild 2: Ja! Natürlich Geschäftsführerin Martina Hörmer mit Key Note Speaker Prof. Jan Niessen

Bild 3: Ja! Natürlich Bio-Camp Eröffnung mit den Ja! Natürlich Geschäftsführerin Martina Hörmer, Prof. Jan Niessen, Bio-Landwirt Markus Brandenstein und Andreas Steidl, Geschäftsführer und Leiter des Qualitätsmanagements von Ja! Natürlich (v.l.n.r.)

Bild 4: Ja! Natürlich Bio-Camp Eröffnung mit den Ja! Natürlich Geschäftsführerin Martina Hörmer

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

Über Ja! Natürlich

Vor 25 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.janatuerlich.at und auf <http://magazin.janatuerlich.at/>.

Rückfragehinweis:

REWE International AG, Team Media Relations

Tel.: +43 2236 600 5265, E-Mail: mediarelations@rewe-group.at