

Pressemitteilung vom 23. Mai 2007

Startschuss für 2.850 Verkostungs- und Informationstage Bio-Produkte im Naturkost-Fachhandel erleben

Im Juni 2007 starten die ersten von insgesamt 2.850 Verkostungs- und Informationstagen im Naturkosthandel, die im Rahmen des neuen Projekts „Informations- und Promotionsmaßnahmen für Bio-Produkte im Naturkosthandel und im Ab-Hof-Verkauf“ laufen. Dieses Projekt wurde beantragt vom Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) Herstellung und Handel e.V. und wird gefördert vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau. Für die Jahre 2007, 2008 und 2009 sind jeweils 950 Promotion-Aktionen im Naturkost-Fachhandel vorgesehen.

Bei den Aktionstagen in Hofläden, Bioläden und Bio-Supermärkten können sich die Kunden unternehmens- und verbandsübergreifend über Herstellung, Verarbeitung, Kennzeichnung und Qualität von Bio-Lebensmitteln informieren. Im Durchschnitt sollen Produkte von drei Bio-Herstellern präsentiert werden. Gute Anlässe sind Hoffeste, Tage der Offenen Tür oder Neueröffnungen. Besonders Erfolg versprechend sind jahreszeitlich passende Themen wie „Weihnachtsbäckerei“ oder „Grillparty“, aber auch ein Motto wie „Käse und Antipasti“ oder „Alkoholfreie Party“. Die Kunden erhalten Informationsmaterial zum Ökologischen Landbau und können sich an Ort und Stelle von der geschmacklichen Güte der Fachhandelsmarken überzeugen. „Promotion-Aktionen sind bestens geeignet, die Kompetenz des Naturkost-Fachhandels herauszustellen“, meint BNN-Geschäftsführerin Elke Röder. Verkostungsangebote gelten zudem als besonders wirksame Form der Verkaufsförderung im Einzelhandel am „Point of Sale“ (POS).

Die Erfolgchancen der Aktionstage sind gut, denn aktuelle Untersuchungen belegen, dass das Umsatz-Potenzial im Bio-Fachhandel längst nicht ausgeschöpft wird. Zwar genießen die Fachgeschäfte im Vergleich zum sonstigen Lebensmitteleinzelhandel das weitaus größere Vertrauen. Aber das spiegelt sich nicht immer in den Umsätzen wider. So kaufen 52 Prozent der Kerngruppe der Bio-Käufer im Fachhandel, geben dort aber nur 28 Prozent ihres „Bio-Budgets“ aus. Hersteller, Groß- und Einzelhandel sind damit gleichermaßen herausgefordert: Es gilt, die zahlreichen Kunden, die bereits kleinere Einkäufe im Naturkostfachgeschäft tätigen, weiter zu überzeugen. Das BNN-Projekt mit insgesamt 2.850 Verkostungen wird dazu einen wichtigen Beitrag leisten.

Mit der Organisation und Durchführung wurde die *naturkost promotion GmbH* mit Sitz in Beuren (Baden-Württemberg) beauftragt. Diese Agentur, die ausschließlich in der Naturkostbranche tätig ist, wurde in einer europaweiten Ausschreibung ermittelt und steht für fachgerechte Promotion mit geschultem Personal. Großhändler und Hersteller können die Aktionstage bei der *naturkost promotion GmbH* beantragen. Bedingung ist stets, dass Produkte von durchschnittlich drei Herstellern mit neutralem Auftritt präsentiert werden.

Pressekontakt: Katja Niedzwecky, BNN Herstellung und Handel, Tel. 030 / 847 12 24-28, Mail: niedzwecky@n-bnn.de