Archived at https://orgprints.org/00002945/

Ja! Natürlich - der Erfolg einer Bio-Marke

Werner Lampert
Verantwortlicher für Ja! Natürlich bei Billa/Merkur Österreich

Die Entwicklungen am Lebensmittelsektor zeigen im konventionellen Bereich eine immer stärkere Tendenz zu kostengünstiger Massenproduktion. Im Kampf um Marktanteile fahren die Handelsketten verstärkt aggressive Preisaktionen.
Sinkende Verkaufspreise bedeuten Kostenvorteile für den Konsumenten, bringen à la longue aber einen massiven Vertrauensverlust der Konsumenten in die Marke mit sich.

Zu Recht fragt sich der Konsument, welchen „Wert“ ein Produkt noch haben kann, das so günstig zu erwerben ist.

Durch den Einsatz der Gentechnik in der Lebensmittelproduktion beginnt sich die Preis- und Qualitätsspirale noch schneller zu drehen. Wir sind heute mit einem völligen Auseinanderbrechen des Lebensmittelmarktes konfrontiert.

High-tech-Produktion, Gentechnik, künstliche Aromen, künstliche Farbstoffe, Enzyme, etc. geben den Herstellern die Möglichkeit, aus einem Minimum an (teils qualitativ minderwertigen) Rohstoffen ein Maximum an Illusion zu erzeugen.

Die konventionelle Lebensmittelproduktion ist auf dem Weg, wo alles Leben aus dem Lebensmittel gebannt werden muß, da es einen hohen Risikofaktor darstellt.
Damit ist die Lebensmittelindustrie heute am Sprung zum „virtuellen Nahrungsmittel“.

Die Verunsicherung der Konsumenten wächst. Mangelnde Nachvollziehbarkeit, fehlende Glaubwürdigkeit im Markenbereich und Lebensmittelskandale wie BSE erzeugen Irritation.

Im Gegensatz zu dieser Entwicklung verzeichnet Ja! Natürlich seit dem Marktauftritt im Oktober 1994 rasante Umsatzsteigerungen und kann auf eine starke Kundenbindung verweisen. Marktstudien zeigen, daß das Markenzeichen einen weit höheren Bekanntheitsgrad aufweist, als das offizielle österreichische Bio-Kontrollzeichen.

Worin liegt der Erfolg der Marke Ja! Natürlich?

Ja! Natürlich hat von Anfang an klaren Positionen und klaren Botschaften angeboten.

1. Herkunft - Ursprungsidentität - Nachvollziehbarkeit

Ja! Natürlich-Produkte verweisen auf ihre Herkunft. Langfristige Lieferverträge mit Bio-Bauern und Lieferanten sichern eine ausreichende Rohstoffverfügbarkeit und Lieferkontinuität.
Sowohl die Angabe des Produzenten bzw. die Herkunft der Rohstoffe auf der Verpackung als auch der Hinweis auf die traditionelle Verabeitung geben dem Konsumenten die Möglichkeit, den Weg der Herstellung nachzuvollziehen.

Maxime ist die völlige Transparenz in der Produktion und Offenheit gegenüber den Konsumenten. Hier setzt Ja! Natürlich eine klare Alternative zur Undurchschaubarkeit und Anonymität der konventionellen Produktion.

2. Regionalität:

Regionale Herkunft ist ein Eckpfeiler der Ja! Natürlich-Philosophie und wird von den Konsumenten positiv bewertet.

Um optimale Qualität gewährleisten zu können, werden viele Produkte aus ganz spezifischen Regionen bezogen. Kriterien für die Auswahl der Regionen sind:

- ökologische Intaktheit
- klimatisch geeignet und traditionell als optimale Region für eine Produktgruppe bekannt
- genügende Anzahl von Bio-Bauern (Rohstofflieferanten)
- leistungsfähige Verarbeiter mit hohem handwerklichem Können, Engagement und dem Mut, sich auf etwas Neues und Anspruchsvolles einzulassen

Zu Beginn von Ja! Natürlich war die Rohstoffversorgung mangels geeigneter Bio-Lieferanten nur unzureichend gesichert. Über den Aufbau einzelner Projekte in bestimmten Regionen, Lieferverträge mit Abnahme- und Fixpreisgarantien konnten viele Bauern überzeugt werden, ihren Hof auf biologische Landwirtschaft umzustellen und Projektlieferanten zu werden.

Gab es 1994 1.170 Bio-Bauern in Salzburg, stieg die Zahl im Jahr 1997 bereits auf 3.300 (von insgesamt 9.000 Grünlandbetrieben) an.

Jedem Projekt ist eine bestimmte Region zugeordnet. So werden z.B. im Gebiet des Nationalparks Hohe Tauern heute bereits über 50 Bio-Milchprodukte hergestellt.
Diese Projekte werden unter Beachtung der regionalen Gegebenheiten um Anschlußprojekte erweitert. So wurde aus dem Milchprojekt in sinnervoller Kombination ein Rinderprojekt entwickelt, das den Grünlandbauern der Hohen Tauern eine weitere Verdienstmöglichkeit bietet.

Bei Ja! Natürlich wird durch die Abnahmegarantien für Bio-Bauern einerseits und die Ursprungsangabe auf der Verpackung andererseits eine Beziehung zwischen den Bio-Bauern, der Region und dem Konsumenten hergestellt. Ja! Natürlich vermittelt, daß ein bestimmtes Produkt eine spezifische Qualität und eine regionale Note hat,

die typisch für diesen Landstrich ist und in dieser Besonderheit nicht leicht ersetzt werden kann.

Ja! Natürlich transportiert damit die Identität der Regionen und setzt ein Signal gegen die Beliebigkeit und Austauschbarkeit der Produkte internationaler Marken.

Über den Hinweis auf der Verpackung werden regionale Bezüge geschaffen und der Erlebnischarakter der Produkte unterstrichen.

3. Personalisierung:

Ja! Natürlich-Produkte geben nicht nur einen Hinweis auf den regionalen Ursprung, sondern gehen einen entscheidenden Schritt weiter.
So wird auf jeder Verpackung - soweit möglich - der Ursprungsproduzent namentlich angegeben (z.B. steht auf der Fleischtasse der Name des liefernden Bio-Bauern).

Die konkrete Personalisierung der Produkte holt das Produkt aus der Anonymität und zeigt dem Konsumenten, daß bei Ja! Natürlich Menschen und Einzelpersonen hinter dem Produkt stehen, die dieses erzeugen.

Um dies noch zu verdeutlichen, werden Ja! Natürlich-Bauerntage veranstaltet. Bio-Bauern gehen in die Filialen und geben den Konsumenten am Einkaufsort Auskunft über ihre Erzeugnisse und die biologische Wirtschaftsweise.

Diese Veranstaltungen tragen dazu bei, den Produkten ein „Gesicht“ zu geben und die Verbindung vom Erzeuger zum Konsumenten zu intensivieren.

Ja! Natürlich versteht sich nicht als ausschließlich logistisches Bindeglied in der Kette zwischen Produzenten und Konsumenten (diese traditionelle Auffassung entspricht nicht mehr der heutigen Informationsgesellschaft).
Ja! Natürlich ist gleichzeitig eine Kommunikationsplattform und ein Ort der Begegnung. Das Produkt und die Philosphie, die hinter dem Produkt steht, sind Mittler zwischen Bauern, Produzenten und Konsumenten.

4. Technologie-Skepsis:

Steigende Allergiezahlen, Nahrungsunverträglichkeiten und nicht zuletzt steigende Technologieskepsis aufgrund diverser Skandale veranlassen immer mehr Menschen, ihre Ernährung bewußt zu hinterfragen.

- Woher kommt das Produkt?
- Wie wird es erzeugt?
- Was ist darin enthalten?

Das sind Fragen, die immer mehr Menschen bewegen. Ja! Natürlich kann eine klare Antwort darauf geben.

Die Maximen von Ja! Natürlich sind:

a) Produkte so frisch und unverarbeitet wie möglich anzubieten (daher auch eine starke Positionierung im Frischesegment)
b) Eigene, für den Laien nachvollziehbare Rezepturen zu erarbeiten
c) Gentechnik-Freiheit
d) Geringstmöglicher Einsatz von natürlichen Zusatzstoffen (z.B. Aroniasaft zur Farbgebung)

Die Entwicklung eigenständiger Bio-Rezepturen auf Basis naturbelassener Rohstoffe ermöglicht eine geschmackliche Differenzierung zu konventionellen Produkten, die für den Käufer spürbar und erlebbar ist.

Wenn Ja! Natürlich heute im gesamten Billa/Merkur-Konzern einen Anteil von 30% im Joghurtbereich realisieren kann, ist dies vor allem auf das besondere Geschmackserlebnis zurückzuführen.

Ja! Natürlich steht für **Freude am Genuß** und für **Freude an einem unverfälschten, ursprünglichen Geschmack, der alle Sinne anregt.**

Ja! Natürlich steht für Engagement - den Menschen und Tieren gegenüber.

Freiwillige Reduktion auf das Wesentliche in höchstmöglicher innerer Qualität !

Kontinuierliche Optimierung - nicht Maximierung !

Die innere Stimmigkeit des gesamten Ja! Natürlich-Projektes und die Philosophie der biologischen Landwirtschaft sind im Markenauftritt deutlich spürbar.

Offene Kommunikation mit den Konsumenten, das Ernstnehmen ihrer Anliegen, höchste Ansprüche an Qualität und Qualitätssicherung, ehrliche Volldeklaration auf der Verpackung, ... - all diese Bemühungen werden vom Konsumenten wahrgenommen und honoriert.

Im 6. Jahr nach Marktauftritt kann Ja! Natürlich auf einen Umsatz von etwa ATS 2 Milliarden verweisen. Dies, obwohl noch etliche Warengruppen überhaupt nicht von Ja! Natürlich besetzt sind.
Weiterhin steigende Umsatzzahlen in einem angespannten Markt lassen den Schluß zu, daß das Interesse der Menschen an Lebensmitteln aus einer intakten Umwelt nach wie vor ungebrochen ist.

Werner Lampert
c/o Ja! Natürlich Naturprodukte GmbH
A-2355 Wr. Neudorf, IZ NÖ Süd, Straße 3
phone: 0043/2236/600/7610
fax: 0043/2236/600/7690
http:\\ www.janatuerlich.at