

PRESSEINFORMATION

Bio-Zentrale zieht positive Jahresbilanz für 2019 Erfolgreicher Markenrelaunch schärft Profil

Köln/Wittibreut, Februar 2020. Stand das Jahr 2019 bei der Bio-Zentrale Naturprodukte GmbH aus dem bayerischen Wittibreut-Ulbering noch ganz im Zeichen des Markenrelaunches des Unternehmens, soll nun mit dem Jahr 2020 die Positionierung am Markt gestärkt und ausgebaut werden.

Mit dem neuen Markenauftritt wurde die strategische Ausrichtung geschärft und Klarheit in die Produktkommunikation gebracht. „Ziel war es, in der Wahrnehmung unserer Kunden eine unverwechselbare Bio-Marke zu etablieren, indem wir diese mit differenzierenden Attributen und Nutzen aufladen, die relevant für unsere Zielgruppen sind“, so Johannes Mauss, Geschäftsführer der Bio-Zentrale. Nach dem erfolgreichen Relaunch der Marke biozentrale mit dem neuen Claim „Kraft der Natur“ erhält auch die Marke BioKids jetzt ein zielgruppengerechtes Verpackungsdesign. Bis Mitte des Jahres sind alle Produkte des biozentrale Sortiments im neuen Verpackungsdesign verfügbar. Zukünftig wird die Marke mit einer einheitlichen Bildsprache und einer starken Markenidentität auftreten. „Wir wollen unsere Rolle als verlässlicher Partner für den Handel mit einem starken Markensortiment in den Vordergrund rücken“, erläutert Johannes Mauss die Strategie. „Schließlich stehen wir seit über 40 Jahren dafür, die Wünsche unserer Kunden zu erfüllen – indem wir genau zuhören, bestens verstehen und schnell reagieren.“

Neue Wege in der digitalen Kommunikation: Die Website biozentrale.de erfährt umfassenden Relaunch

Ein Highlight des neuen Markenauftritts ist die neue Webseite biozentrale.de. Seit Jahresbeginn macht sie die Welt der Bio-Zentrale mit News und Produktinformationen rund um die Marken biozentrale und BioKids sowie zur Historie und der besonderen Nachhaltigkeitsphilosophie des Bio-Vollsortimenters erlebbar. Neben dem ansprechenden Design und der Benutzerfreundlichkeit, ermöglicht das responsive Webdesign auch auf Mobilgeräten eine schnelle, komfortable Navigation. Eine englische Website, die den internationalen Auftritt begleitet, folgt im Frühjahr 2020. Abgerundet wird der Online-Auftritt durch den Online-Shop sowie den Ausbau des Social Media-Angebots.

Bio-Zentrale Pressestelle:
Jeschenko MedienAgentur
Köln GmbH
Eugen-Langen-Str. 25
D-50968 Köln

Telefon: +49 221-3099-581
Telefax: +49 221-3099-200
Email: biozentrale@jeschenko.de

PRESSEINFORMATION

Der Relaunch als Antwort auf gestiegene Konsumentenansprüche

Mit ihrer zukunftsweisenden Neuausrichtung ermöglicht die Bio-Zentrale den Verbrauchern einfache Orientierung beim Einkaufserlebnis für bewussten Konsum nachhaltiger Produkte in Bio-Qualität. „Unsere Produkte fallen nicht nur positiv im Regal auf, sondern das neue Design hilft den Kunden die Produkte leichter zu finden und den prominent ausgelobten Zusatznutzen zu erfassen. Wir erhalten sowohl vom Handel als auch von den Kunden sehr positives Feedback auf unseren Markenrelaunch. Dies alles trug dazu bei, dass wir im vergangenen Jahr deutlich wachsen konnten“, freut sich Johannes Mauss. In dem Zusammenhang wurde auch das Displaykonzept des Unternehmens überarbeitet. Mit den 16 neuen, thematischen Displays, darunter „Italy“, „Mix dein Müsli“ oder „Samen & Saaten“, bietet die Bio-Zentrale dem Handel eine breite Auswahl an verkaufsfördernden Displays, mit denen die Produkte am Point of Sale optimal in Szene gesetzt werden.

Darüber hinaus erfüllt die Bio-Zentrale mit ihrem vielfältigen Produktsortiment erfolgreich die Verbraucherwünsche nach einer ausgewogenen, abwechslungsreichen Ernährung. Dazu trug unter anderem die Einführung von über 25 Neuprodukten im Jahr 2019 maßgeblich bei – ein wichtiger Ansatz, der auch in Zukunft fortgesetzt wird. So liegt im Jahr 2020 der Fokus auf dem nachhaltigen Konsum von Convenience-Produkten. Stellvertretend dafür stehen die aktuellen Neuheiten biozentrale Müsli'n Go und biozentrale Lunch'n Go – praktische To-go-Mahlzeiten, die aus besten Bio-Zutaten bestehen – für die das Unternehmen selbst innovative, sehr gut recyclingfähige Verpackungslösungen entwickelt hat. Des Weiteren widmet sich die Bio-Zentrale dem Bereich Superfood mit Produkten wie dem neuen Hanfriegel und stellt Trendprodukte, wie vegane Burger und süße Aufstriche, auf der diesjährigen Biofach vor. Das bestehende biozentrale Backsortiment wird zudem um fünf Produktneuheiten ergänzt.

Bio-Zentrale treibt Nachhaltigkeitsfokus weiter voran

Ein bedeutender Eckpfeiler des Unternehmens, der weiterhin im Mittelpunkt der zukünftigen Ausrichtung steht, ist das Thema Nachhaltigkeit. Nach der Entwicklung ökologisch verträglicherer Verpackungslösungen, die gemäß dem „Cradle to Cradle“-Prinzip immer wieder eingesetzt werden können und der Verleihung des „Made for Recycling“-Siegels durch den Umweltdienstleister Interseroh, widmet sich die Bio-Zentrale der Herausforderung, die Verbraucher über Veränderungen in den Bereichen Nachhaltigkeit und ressourcenschonender Verpackungen zu informieren.

Bio-Zentrale Pressestelle:
Jeschenko MedienAgentur
Köln GmbH
Eugen-Langen-Str. 25
D-50968 Köln

Telefon: +49 221-3099-581
Telefax: +49 221-3099-200
Email: biozentrale@jeschenko.de

PRESSEINFORMATION

„Wir erleben immer wieder die starke Verunsicherung seitens der Verbraucher angesichts der Komplexität dieser Thematik, was überhaupt nachhaltige Verpackung bedeutet und ausmacht. Uns ist es ein großes Anliegen zum Thema Nachhaltigkeit Orientierung zu bieten und uns der Kommunikation mit dem Verbraucher zu stellen“, so Geschäftsführer Johannes Mauss.

Bio-Zentrale Pressestelle:
Jeschenko MedienAgentur
Köln GmbH
Eugen-Langen-Str. 25
D-50968 Köln

Telefon: +49 221-3099-581
Telefax: +49 221-3099-200
Email: biozentrale@jeschenko.de

Das Unternehmen:

Die Bio-Zentrale Naturprodukte GmbH zählt seit ihrer Gründung im Jahre 1976 zu einem der führenden Bio-Lebensmittelunternehmen in Deutschland. Der Bio-Vollsortimenter aus Wittibreut (Bayern) steht mit rund 200 Produkten der Marken „biozentrale“ und „BioKids“ für ökologische Landwirtschaft, die so wenig wie möglich in die Natur eingreift und das Beste der Natur sinnvoll zusammenbringt. Die Bio-Zentrale ist selbständige Tochter der Hamburger Zertus GmbH und arbeitet im Vertrieb mit dem Importhaus Wilms zusammen. Der hohe Anspruch an die Qualität der eigenen Erzeugnisse und die Prämisse, den Bedürfnissen der Verbraucher vollumfassend gerecht zu werden, machen die Bio-Zentrale zu einem Vorreiter für nachhaltige Lebensmittel.

Recyclingfähigkeit:

Die Bio-Zentrale achtet auch darauf, dass ihre Verpackungen so umweltgerecht wie möglich sind. Sie verpackt ihre Produkte nur so viel wie nötig und so wenig wie möglich, wie z.B. in Monofilmen und Graskarton. Die Bio-Zentrale darf als erster Hersteller von Bio-Lebensmitteln das offizielle Siegel „Made for Recycling“ tragen. Die Zertifizierung und Vergabe des offiziellen Siegels „Made for Recycling“ wird im Auftrag des Umwelt- und Recyclingdienstleisters Interseroh, nach den vom bifa Umweltinstitut GmbH standardisierten und vom Fraunhofer Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung IVV bestätigten Kriterien, als neutrale unabhängige Stellen durchgeführt. Die mit diesem Siegel gekennzeichneten Verpackungen können folglich im Recyclingkreislauf ausgezeichnet vom Verbraucher getrennt, maschinell sortiert und werkstofflich wiederverwertet werden.