



# Ein Jahrzehnt „natürlich für uns“

Klimaneutralität, neuer Markenauftritt und steigender Umsatz: Die Bio-Marke für den Großhandel ist im Aufwind.

## Bio-Milch

Knapp ein Fünftel des Umsatzes von „natürlich für uns“ verteilt sich auf Molkereiprodukte; 700 Bio-Kühe geben dafür ihre Milch.

... Von Paul Hafner

**A**nlässlich seines zehnjährigen Bestandsjubiläums lud „natürlich für uns“ zur Pressekonferenz nach Linz – und hatte dort gleich mehreres zu verkünden.

Die erste große Neuigkeit: Der Marke wurde ein neuer Auftritt verpasst, der Logo, Verpackungen, Website und die gesamte Kommunikation umfasst.

Neuigkeit Nummer zwei: „natürlich für uns“ ist seit Kurzem vollständig klima- bzw. CO<sub>2</sub>-neutral – als erste und einzige Bio-Marke österreichweit. Darüber hinaus wurde Bilanz über die ersten zehn Jahre gezogen.

## Großer Aufstieg

Manuel Hofer, Geschäftsführer des Markeninhabers Top-Team, wagte einen Vergleich mit den Anfängen 2009, als man mit 23 Lieferanten und knapp 90 Arti-

keln startete. Heute seien es 74 Lieferpartner und 600 Artikel. „Der Fokus auf Regionalität hat sich sehr bewährt. In den letzten zehn Jahren hat sich der Beschaffungsumsatz mehr als verzehnfacht“, so Hofer.

2018 lag dieser bei insgesamt 31 Millionen Euro. Das Gros des Umsatzes verteilt sich auf Gebäck (25%), Obst & Gemüse (20%) und Molkereiprodukte (18%).

Otto Bauer, Markenverantwortlicher bei Top-Team, sieht

die Gründe für den Erfolg von „natürlich für uns“ in der Vorreiterrolle, die man von Anfang an eingenommen habe. „Zuerst wollten die Produzenten gar nicht liefern, die wenigsten glaubten an eine Bio-Marke für die Gastronomie“.

Doch habe man sich als Dachmarke, die nicht nur den Endkonsumenten im Blick hatte, sehr gut etablieren können. Mit 320 Produkten wurde mehr als die Hälfte des Sortiments exklu-