

© Christian Dusek

Ja! Natürlich hat das gute Karma im Griff

Martina Hörmer will Ja! Natürlich in der jungen Zielgruppe stärker verankern und kooperiert mit Trendgastronomen wie Karma Food.

Klare Ansage
„Bei aller Schwierigkeit hat die Corona-Pandemie die Aufmerksamkeit der meisten Menschen auf den unschätzbaren Wert der Gesundheit gelenkt", so Martina Hörmer.

••• *Von Christian Novacek*

Wie man unverzagt durch die Krise kommt, stellen Ja! Natürlich und der Gastronomiebetrieb Karma Food unter Beweis – im **media**net retail-Interview mit Martina Hörmer und Simone und Adi Raihmann herrscht verhaltener, aber klar ausgesprochener Optimismus.

medianet: *Wie performt die Marke Ja! Natürlich in 2020 und wo liegen die Erwartungen für 2021?*
Martina Hörmer: Corona hat eine richtige Bio-Welle ausgelöst. Als Pionier in diesem Bereich erleben wir ja seit 26 Jahren den unaufhaltsamen Siegeszug von Bio aus einer Nische heraus in den Massenmarkt. Wir sind stolz, Teil davon zu sein und diesen Aufschwung mit möglich gemacht zu haben. Aber so dynamisch wie in den vergangenen Monaten hat sich die Nachfrage nach Bio-Produkten nie zuvor in so kurzer Zeit entwickelt. Wir verzeichnen bei Ja! Natürlich ein zweistelliges Wachstum in diesem Jahr.

medianet: *Glauben Sie, dass dieser Trend nachhaltig ist?*
Hörmer: Dieser Trend flacht überhaupt nicht ab. Ich bin optimistisch, dass dieses Mindset der Menschen auch im kommenden Jahr weiter anhält und dass der höchste Anspruch an Herkunft, Transparenz und Qualität, für den wir stehen, bei den Konsumentinnen und Konsumenten diesen großen Stellenwert behalten wird.

medianet: *Trendgemäß ist auch die Kooperation von Ja! Natürlich mit Karma Food. Wie wür-*