

- seit 1994 bei BILLA, MERKUR & BIPA bzw. ADEG und SUTTERLÜTY
- Ja! Natürlich ist **größte Bio-Marke Österreichs**
- Mittlerweile **über 1.000 Ja! Natürlich Artikel aus 12 Warengruppen**
- **Umsatz Ja! Natürlich 2010: ca. 290 Mio. Euro**



**REWE International AG: ca. 12 Mrd. Euro Umsatz / ~73.000 Mitarbeiter / > 3.600 Filialen**



**BILLA**

- 1.009 BILLA Filialen
- ~ 11.000 Artikel pro Markt

**MERKUR**

- 119 MERKUR Märkte
- ~ 20.000 Artikel pro Markt

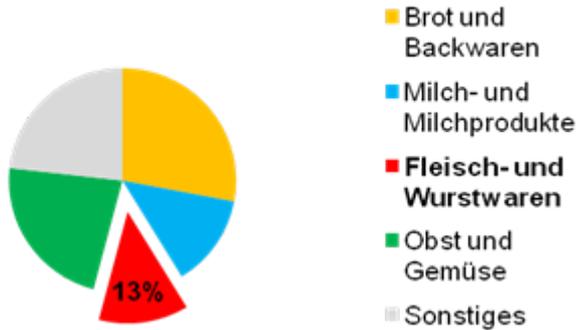
**Sutterlüty**

**BIPA**

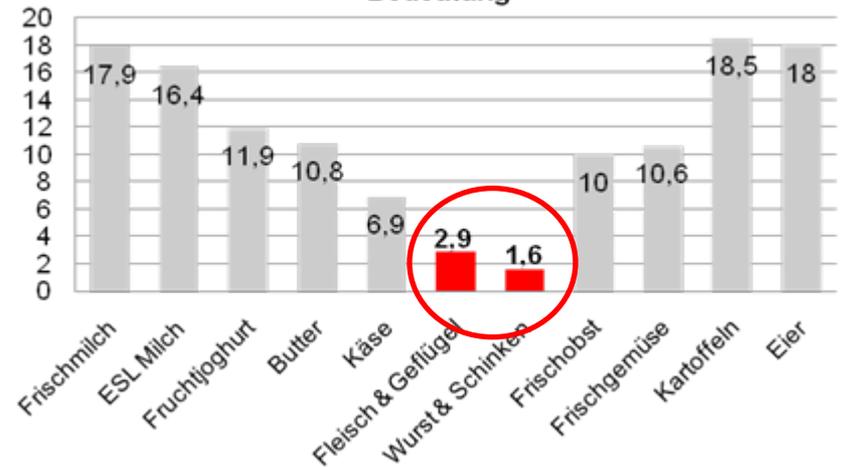
**ADEG**

**PENNY**

## Bio-Fleisch & -Wurst: eine zentrale Warengruppe von Ja! Natürlich



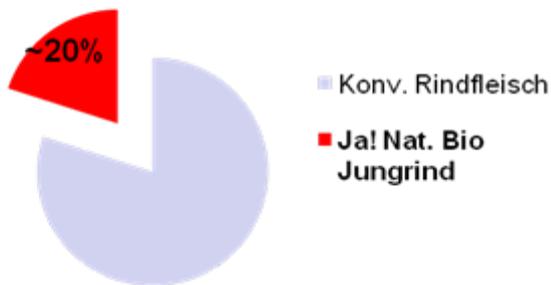
## Bio-Fleisch (Gesamtmarkt) hat nur untergeordnete Bedeutung



Quelle: RollAMA 2010

(wertmäßig in %)

## Ja! Natürlich-Fleisch unterstützt die MERKUR/BILLA-Fleischkompetenz



**Billa / Merkur = AT Bio-Fleisch-**

**Kompetenz:**

➤ **ca. 2/3 des AT-Bio-Fleisches bei Billa / Merkur**

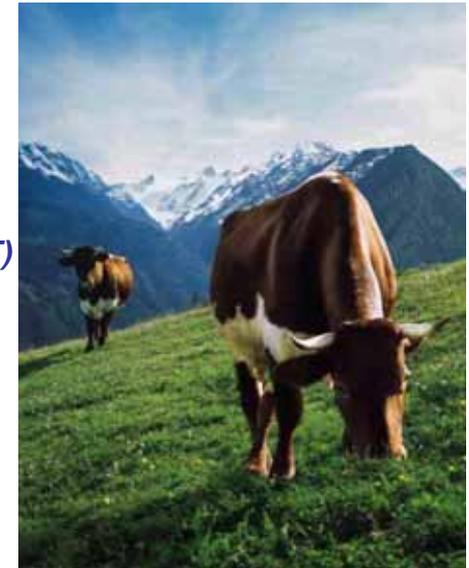
## Ökologische Qualität

- Mutterkuhhaltung
- Weidehaltung
- Bewegungsfreiheit



## Produktqualität

- Herkunftstransparenz (AT/AT/AT)
- Feinfasrigkeit
- Zartheit



### Differenzierung durch eigenes Produktionssystem:

Differenzierung	Ja! Nat. Bio- Jungrind	Konv. Rind
<b>Haltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Mutter- und Ammenkuhhaltung</li> <li>➤ Ochsen und Kalbinnen</li> <li>➤ Vitalere Tiere durch mehr Bewegung und Weidegang</li> <li>➤ Arttypisches Verhalten durch optimierte Haltung möglich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Meist Stallhaltung ohne Weidegang</li> <li>➤ überwiegend Stiere</li> <li>➤ Geringes Platzangebot</li> <li>➤ Arttypisches Verhalten nur eingeschränkt möglich</li> </ul>
<b>Fütterung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 100 % AT Bio-Futter</li> <li>➤ Geringer Kraftfutteranteil</li> <li>➤ Sehr hoher Grünfütteranteil</li> <li>➤ wiederkäuergerecht</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hoher Kraftfüttereinsatz</li> <li>➤ Getreide basierte Fütterung</li> <li>➤ Wenig wiederkäuergerecht</li> </ul>
<b>Schlachtung &amp; Verarbeitung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Alter: &lt; 11 Monate</li> <li>➤ Gewicht: 190-250 kg</li> <li>➤ Fleischreifung: mind. 10 Tage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Alter: ca. 18-30 Mo.</li> <li>➤ Gewicht: ca. 330-460 kg</li> <li>➤ Fleischreifung: ca. 9 Tage</li> </ul>

*Tiergerechte Haltung und  
Produktqualität  
als Qualitätskriterien*





jährliche Mengenplanung zur **Abstimmung** zwischen **Angebot** und **Nachfrage**:

*Beispiel Aktionswochen von Billa und Merkur zu Zeiten hoher Warenverfügbarkeit*



KW 1	<b>Merkur</b>
KW 2	<b>Merkur</b>
KW 3	<b>Billa</b>
KW 4	<b>Billa</b>
KW 5	<b>Billa</b>
KW 6	
KW 7	<b>Merkur</b>
KW 8	<b>Merkur</b>
KW 9	<b>Billa</b>
KW 10	<b>Billa</b>
KW 11	
KW 12	
KW 13	
KW 14	
KW 15	
KW 16	
KW 17	<b>Billa</b>
KW 18	<b>Billa</b>
KW 19	
KW 20	
KW 21	<b>Merkur</b>
KW 22	<b>Merkur</b>
KW 23	
KW 24	



*Berücksichtigung des natürlichen Abkalbe- und Produktionsverlaufes der Rinder*

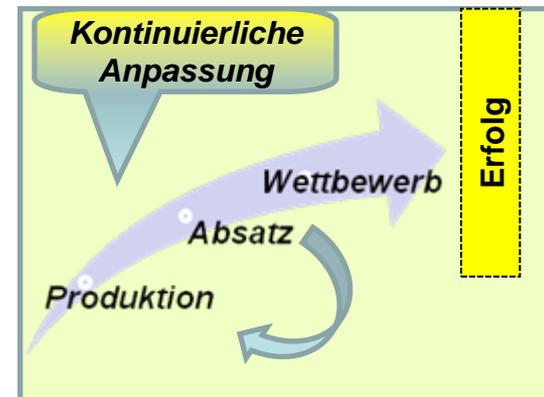
Zusammenarbeit mit Erzeugergemeinschaften

Gezielte Aktionsplanung nach Warenverfügbarkeit

Vermarktungsunterstützung bei Produktionsspitzen

Besondere Herausforderung eines abgegrenzten Produktionsprogrammes

**Angepasstes Preismodell**



## Zielsetzung: Vermarktung ganzer Rinder



Professioneller Zuschnitt;  
Transparenz durch  
Bauernkennzeichnung

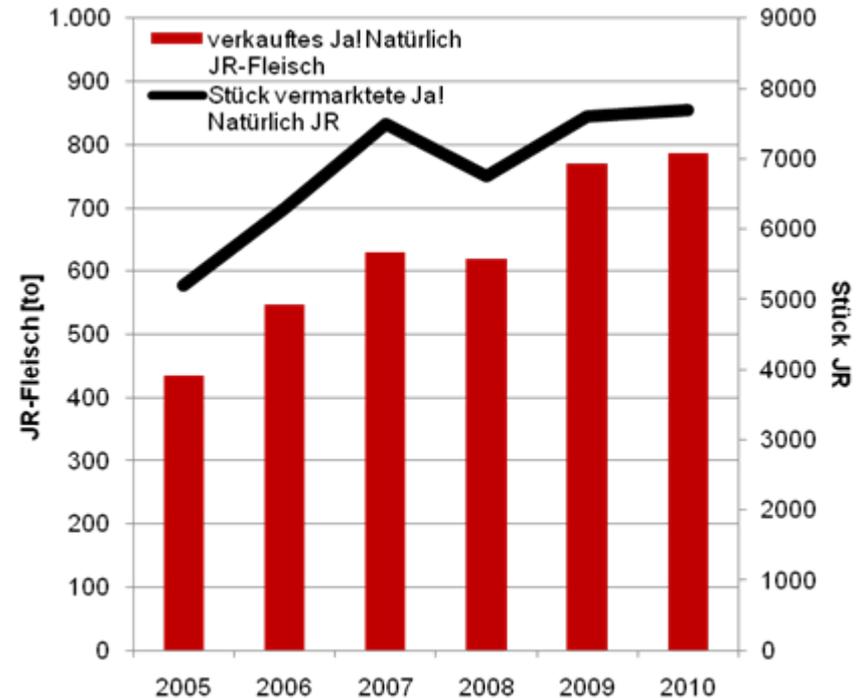


Verkaufsförderung und  
Flugblattwerbung



Imageförderung durch  
starke Werbepresenz

## Verkaufsmenge und vermarktete Stk. JR





*Gelebte Partnerschaften mit  
Landwirtschaft und Schlachtbetrieben*

*Vertrauen & Verlässlichkeit*

*Engagement und  
Verkaufsförderung*

*Kontinuierliche Marktbearbeitung  
und Marktentwicklung*

*Klare Produktdifferenzierung  
durch besondere Anforderungen  
an Tierhaltung und Fleischqualität*