



PRESSEMITTEILUNG

Bekannteste Marke im Bio- und Reformbereich: Reformhäuser holen auf

[08.02.2012] Reformhäuser galten lange als Verlierer des Bio-Booms. Aber: Pünktlich zum 125-jährigen Bestehen des Geschäftstyps Reformhaus hat die Reformhausvereinigung neuform eG in Kooperation mit Händlern und Herstellern die entscheidende Trendwende geschafft. Auf Basis eines Konzepts, das Kunden weit mehr bietet als Bioläden und Drogerien, konnten sich Reformhäuser innerhalb der vergangenen vier Jahre wieder einen guten Platz auf dem Markt für LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability) sichern. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Konsumentenbefragung von Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) unter 1000 Marktteilnehmern. Die Umfrage, die 2008 zum ersten Mal durchgeführt wurde, lieferte damals alarmierende Ergebnisse. Inzwischen sieht es jedoch anders aus.

Der Markt für LOHAS boomt: Aktuell erreicht er circa 20 - 25 Prozent der deutschen Bevölkerung und hat damit schätzungsweise ein Marktvolumen von rund 6 Mrd. Euro. Konnten Reformhäuser im Jahr 2008 in diesem lukrativen Segment nur eine negative Umsatzentwicklung vorweisen, sieht ihre jetzige Marktpräsenz mit einem Umsatz von circa 600 Mio. Euro deutlich positiver aus. So ist für 29 Prozent der befragten LOHAS in Deutschland heute das Reformhaus die erste Wahl und damit für rund die Hälfte mehr als noch 2008 (20 Prozent). Die Folge: Der Umsatz konnte sich deutlich stabilisieren und im Kernbereich Naturkosmetik mit einem Plus von 2,3 Prozent entgegen dem Trend im Naturkost-Fachhandel bereits im zweiten Jahr in Folge den Marktanteil ausbauen.

Verantwortlich für diesen Erfolg ist die konsequente Umsetzung eines umfangreichen Maßnahmenkatalogs zur Neupositionierung und Neuformierung der Reformhäuser. Dieser wurde gemeinsam mit den Branchenexperten von W&P erarbeitet und erstreckt sich von der Überarbeitung der Werte- und Qualitätsansätze bis hin zur Weiterentwicklung des Betriebstyps. Die Berater sehen aber noch weitaus mehr



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Potenzial: Sie gehen von einem realistischen Zukunftsmarkt für das Reformhaus in der Größenordnung von circa 1 Mrd. Euro aus.

„Reformhäuser verfügen über entscheidende Vorteile, die sie sich im Wettbewerb um Marktanteile zu Nutze machen können: Sie haben einen Bekanntheitsgrad von 95 Prozent deutschlandweit und verfügen über ein flächendeckendes Netz. Sogar bekannte Mitbewerber wie Alnatura liegen mit 63 Prozent Bekanntheitsgrad weit zurück.“ weiß Philipp Prechtl, Branchenexperte bei W&P.

Zudem können die Händler auf erfolgsversprechende Marketing-Werkzeuge zurückgreifen. So hat sich in den vergangenen Jahren ein professionelles Shop-Konzept der neuform bewährt, das sich auf jede Ladengröße übertragen lässt: *„Attraktive und moderne Shops sind ein absolutes MUSS. Nur so können wir künftig zur Einkaufsstätte erster Wahl bei unserer Zielgruppe werden“*, so Erwin Perlinger, Vorstand von neuform. Auch ein anerkanntes und erfolgreiches Vermarktungsinstrument wie den „Reformhauskurier“ – dem nach der Apothekenrundschau bekanntesten Kundenmagazin in diesem Segment – sollten die Händler aktiver zur Ansprache potentieller Kunden und zur Kundenbindung nutzen.

Weiterer wichtiger Ansatzpunkt: Die Qualität der Produkte muss nach wie vor an erster Stelle stehen. Denn wie die Umfrage zeigt, ist die hohe Produktqualität mit 59 Prozent der wesentliche Einkaufsgrund für den Reformhauskunden. Auffallend ist auch, dass die Exklusivität der Produkte als Kauf-Kriterium von 66 Prozent (2008) auf heute 51 Prozent deutlich abgefallen ist. Rainer Plum, neuer Vorstand der neuform seit Sommer 2011, folgert: *„Exklusivität ist tot. An der Qualitätsführerschaft führt kein Weg vorbei. Wir, die Händler und die Industrie, sind in der Pflicht dem Qualitätsanspruch der Kunden gemeinsam nachzukommen“*.

So auch das Fazit der Umfrage: Um das angepeilte Zukunftsmarktpotenzial von 1 Mrd. Euro innerhalb der nächsten 5 Jahre auch zu erreichen, müssen sowohl Industrie, Großhändler, Reformhaus-Betreiber und die neuform weiter an einem Strang ziehen. Eine Abspaltung einzelner Händler im Marktauftritt, wie sie in der vergangenen Zeit zu beobachten war, ist deshalb eher kontraproduktiv. Vielmehr sollten sie auf die Marke Reformhaus einzahlen – und gemeinsam vom Erfolg profitieren.



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH
Unternehmensberatung

Kurzporträt Dr. Wieselhuber & Partner

Dr. Wieselhuber & Partner (W&P) ist eine unabhängige, branchenübergreifende Top-Management-Beratung für Familienunternehmen sowie öffentliche Institutionen. Diese konsequente Zielgruppen-Orientierung und die daraus resultierende Kompetenz hat W&P in den vergangenen 25 Jahren zur führenden Unternehmensberatung für Familienunternehmen in Deutschland gemacht. Mit Stammhaus in München bietet Dr. Wieselhuber & Partner seinen Kunden umfassendes Branchen- und Methoden-Know-how und zeichnet sich vor allem durch seine Kompetenz im Spannungsfeld von Familie, Management und Unternehmen aus.

Kurzporträt neuform VDR eG

neuform VDR eG ist der genossenschaftliche Dachverband mit rund 600 Mitgliedern, die bundesweit mit mehr als 1.400 Fachhandels-Geschäfte unter der Marke Reformhaus betreiben. Seit der Gründung der neuform VDR eG 1927 ist die Genossenschaft im QualitätsManagement für die Sortimente der selbständig geführten Reformhäuser tätig. Das Qualitätszeichen der Genossenschaft wird unter Voraussetzung der strengen Richtlinien für alle Sortimentsbereiche Lebensmittel, Naturarznei- und Naturkosmetik an Herstellerprodukte verliehen. neuform VDR eG ist Markeninhaber der beiden Kernmarken neuform und Reformhaus und unterstützt den Einzelhandel vor Ort mit der Herausgabe der Kundenzeitung ReformhausKurier und einem einzigartigen Ausbildungsangebot für Inhaber und Mitarbeiter an der Stiftung ReformFachAkademie in Oberursel.

Der genossenschaftseigene Handelsbetrieb liefert ca. 12% des gesamten Umsatzvolumens an die der Genossenschaft angeschlossenen Geschäfte. Sitz der Genossenschaft und der Handelsbetriebe ist Zarrentin am Schaalsee/Westmecklenburg.

Pressekontakt:

Stephanie Meske
Dr. Wieselhuber & Partner Unternehmensberatung
Nymphenburgerstraße 21
80335 München
Telefon 089 28623-139
Telefax 089 28623-290
Email meske@wieselhuber.de

Ariane Knauf
ReformhausMarketing GmbH
Osterbekstraße 90 a
22083 Hamburg
Telefon 040-2805819-18
Telefax 089 28623-290
Email presse@reformhaus.de