

28.08.2018

## REWE und Arla bringen ersten Bio-Fruchtjoghurt ohne Zuckerzusatz in die Regale

Produktinnovation wird deutschlandweit ab September in den ersten vier Monaten ausschließlich in allen REWE-Märkten erhältlich sein



REWE senkt systematisch den Zuckergehalt in den Eigenmarkenprodukten und sucht auch das Gespräch mit Markenartikel-Herstellern, um das Thema „Weniger Zucker“ voranzutreiben. Dabei setzt REWE nun auch auf eine Produktneuheit der Molkereigenossenschaft Arla Foods: Der Fruchtjoghurt der Marke Arla Bio enthält ausschließlich Bio-Joghurt und Bio-Früchte. Sonst nichts. Auf den Zusatz von Zucker, Aromen oder anderen Stoffen wie Verdickungsmitteln wird komplett verzichtet. Damit besteht das Produkt zu 100 Prozent aus natürlichen Zutaten.

Die Produktinnovation wird deutschlandweit ab September in den ersten vier Monaten im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ausschließlich in allen REWE-Märkten erhältlich sein. „Unsere Zuckerreduktionsinitiative hat eine noch größere Wirkung, wenn wir auch mit großen Markenherstellern zusammenarbeiten. Deshalb sind wir mit unseren Partnern aus der Industrie in

ständigem Austausch zu dem Thema. Wir freuen uns sehr, dass unsere Bemühungen bereits in diesem Jahr erste Früchte tragen. Der enge Austausch mit Arla Foods hat uns gezeigt, dass es noch viel Spielraum gibt, bei Produkten den Zucker zu reduzieren oder wie in diesem Fall eine echte Markeninnovation in unsere Märkte zu bringen. Mit dem Arla Bio Fruchtjoghurt wird bei uns zunächst exklusiv ein Produkt erhältlich sein, das ganz auf Zuckerzusatz verzichtet“, sagt Hans-Jürgen Moog, Einkaufschef bei REWE.

„Verbraucher wollen keine künstlichen Produkte und keine langen Zutatenlisten. Sondern Produkte aus natürlichen Zutaten, wie hausgemacht. Der neue Arla Bio Fruchtjoghurt mit vielen Bio Früchten bietet echten, natürlichen Genuss ohne den Zusatz von Zucker und ist in dieser Form einzigartig im Markt. Mit dieser weiteren Produktinnovation im Kühlregal setzen wir konsequent auf Produktklarheit und Natürlichkeit, ein zentraler Bestandteil unserer Markenphilosophie. Wir freuen uns sehr, dass wir für den Produktstart REWE als Partner gewinnen konnten und gemeinsam auch das Thema weniger Zucker voranbringen können“, erklärt Markus Mühleisen, Deutschland-Chef von Arla Foods.

Der Arla Bio Fruchtjoghurt kommt allein mit natürlichem Zucker, bestehend aus Frucht- und Milchzucker, aus. Mit 25 Prozent Fruchtanteil enthält der Joghurt je nach Geschmacksrichtung von Natur aus nur 6,8 bis 7,7 g Zucker je 100 g – und damit rund die Hälfte weniger als die beliebtesten Marken-Fruchtjoghurts der Deutschen Datenbasis: Nielsen, LEH+DM, Marken Fruchtjoghurt ohne Cerealien, Top 10 Marke nach Absatz in Pack, MAT Juni 2018; Angaben zu Zuckergehalt je 100g nach Aufdruck auf der Produktverpackung der Hersteller, da bei Arla auf den Zusatz von weiterem Zucker verzichtet wird. Zur Markteinführung gibt es den Bio-Joghurt im 150 g Becher in den Geschmacksrichtungen Erdbeere, tropische Früchte und rote Früchte.

Die REWE-Zuckerreduktionsstrategie möchte einen relevanten Beitrag dazu leisten, die Gesamtaufnahme an Zucker bei den Verbrauchern zu reduzieren. Möglich machen das neben dem Angebot von zuckerreduzierten Markenprodukten die vielen populären Eigenmarken, auf deren Rezepturen das Handelsunternehmen direkten Einfluss nehmen kann. So hat REWE bereits 2017 damit begonnen, alle relevanten Eigenmarkenprodukte zu überprüfen. Bis zum Ende des Jahres werden bereits über 100 zuckerreduzierte Eigenmarkenprodukte bei REWE erhältlich sein. Zu diesen gehören vor allem Molkereiprodukte und Speiseeis, Cerealien und alkoholfreie Erfrischungsgetränke. Bis 2020 sollen für alle relevanten REWE-Eigenmarken Produkte mit reduziertem Zuckergehalt verfügbar sein. Gespräche mit Lieferanten zur Zuckerreduktion in Markenprodukten werden fortgeführt.

Weitere Informationen zur REWE-Initiative:

[mediacenter.rewe.de/pressemitteilungen/rewe-reduziert-zucker-eigenmarken](https://mediacenter.rewe.de/pressemitteilungen/rewe-reduziert-zucker-eigenmarken)

Über REWE:

Mit einem Umsatz von 21,2 Mrd. Euro (2017), mehr als 120.000 Mitarbeitern und über 3.300 REWE-Märkten gehört die REWE Markt GmbH zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Die REWE-Märkte werden als Filialen oder durch selbstständige REWE-Kaufleute betrieben.

Die genossenschaftliche REWE Group ist einer der führenden Handels- und Touristikkonzerne in Deutschland und Europa. Im Jahr 2017 erzielte das Unternehmen einen Gesamtaußenumsatz von rund 58 Milliarden Euro. Die 1927 gegründete REWE Group ist mit ihren 345.000 Beschäftigten und 15.300

Märkten in 21 europäischen Ländern präsent. In Deutschland erwirtschafteten im Jahr 2017 rund 255.000 Mitarbeiter in rund 11.000 Märkten einen Umsatz von 42 Milliarden Euro.

Für Rückfragen:

REWE Unternehmenskommunikation, [presse@rewe.de](mailto:presse@rewe.de)