

19.01.2023

Produktinnovation: BILLA Kund:innen gaben 2,3 Millionen Marillenkernen eine zweite Chance



*Foto 1_Verena Wiederkehr (BILLA) und Luca Fichtinger (Wunderkern) mit Wunderkern Drink_(C)
Christian Landl*

*Verena Wiederkehr (BILLA Head of plant-based Business Development) und Luca Fichtinger (Wunderkern) mit
Wunderkern Drink*

©Christian Landl, Abdruck zu redaktionellen Zwecken honorarfrei

Im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung setzt BILLA in seinem Sortiment auf die Zusammenarbeit mit innovativen Start-ups und Produzent:innen, die wertvollen Ressourcen eine zweite Chance geben. Dazu zählt auch das niederösterreichische Unternehmen Wunderkern. Das Team rund um Gründer Luca Fichtinger macht es sich zur Aufgabe, Marillenkerne, die bei der Produktion von etwa Marmeladen und Säften sonst entsorgt werden, zu einer pflanzlichen Milch zu verarbeiten. Möglich macht dies ein patentiertes, mehrfach ausgezeichnetes Verfahren in einer Anlage am Rande der Wachau, wo Obstkerne gespalten und darin befindliche Samen zur Herstellung von nachhaltigen Lebensmitteln verwendet werden. Im Vergleich zu Hafer und Soja sparen gerettete Marillenkerne etwa 30 Prozent CO₂-Emissionen und gegenüber Mandeln rund 96 Prozent Wasser bei der Herstellung ein – auf ein Kilogramm Rohstoff ergibt das eine Ersparnis von 26 vollen Badewannen.

- **Pflanzlicher Drink des Start-Ups Wunderkern seit Herbst in über 520 BILLA und BILLA PLUS Märkten erhältlich**
- **Bereits 2,3 Millionen Marillenkerne konnten mit Hilfe der Kund:innen wiederverwertet und einem sinnvollen Zweck zugeführt werden**
- **Neu im Sortiment: Wunderkern Schoko-Creme aus Obstkernen im BILLA PFLANZILLA und im BILLA Online Shop**
- **Aktuelle BILLA Umfrage zeigt: Pflanzliche Drinks besonders beliebt, Frühstück bereits bei 50 Prozent der Österreicher:innen rein pflanzlich**

Wr. Neudorf, 19. Jänner 2023 – Im Kampf gegen Lebensmittelverschwendung setzt BILLA in seinem Sortiment auf die Zusammenarbeit mit innovativen Start-ups und Produzent:innen, die wertvollen Ressourcen eine zweite Chance geben. Dazu zählt auch das niederösterreichische Unternehmen Wunderkern. Das Team rund um Gründer Luca Fichtinger macht es sich zur Aufgabe, Marillenkerne, die bei der Produktion von etwa Marmeladen und Säften sonst entsorgt werden, zu einer pflanzlichen Milch zu verarbeiten. Möglich macht dies ein patentiertes, mehrfach ausgezeichnetes Verfahren in einer Anlage am Rande der Wachau, wo Obstkerne gespalten und darin befindliche Samen zur Herstellung von nachhaltigen Lebensmitteln verwendet werden. Im Vergleich zu Hafer und Soja sparen gerettete Marillenkerne etwa 30 Prozent CO₂-Emissionen und gegenüber Mandeln rund 96 Prozent Wasser bei der Herstellung ein – auf ein Kilogramm Rohstoff ergibt das eine Ersparnis von 26 vollen Badewannen.

Der Kern-Drink ist seit Herbst in über 520 BILLA und BILLA PLUS Märkten sowie im BILLA PFLANZILLA und im BILLA Online Shop erhältlich. Mithilfe der Kund:innen konnten so bereits über 2,3 Millionen Marillenkerne vor der Entsorgung gerettet werden. Verena Wiederkehr, BILLA Head of Plant-Based Business Development

sagt: "Nachhaltigkeit und der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen stehen bei BILLA im Fokus, daher hat mich die Produktinnovation von Wunderkern sofort begeistert. Aber was natürlich besonders wichtig ist: auch der Geschmack hat mich überzeugt. Wir sind stolz unseren Kund:innen derart bahnbrechende Entwicklungen anbieten zu können und freuen uns, dass der Drink aus Marillenkernen bereits so gut bei ihnen ankommt und gleichzeitig einen sinnvollen Beitrag für die Umwelt leistet."

Ab sofort neu im BILLA PFLANZILLA und im BILLA Online Shop ist die Wunderkern Schoko-Creme aus Obstkernen – ein cremiger Aufstrich und Dip mit Kakao und echter Bourbon-Vanille.

Aktuelle BILLA-Umfrage zeigt: Genuss pflanzlicher Drinks zunehmend beliebter

Laut einer aktuellen Umfrage von marketagent* im Auftrag von BILLA stehen pflanzliche Produkte bereits häufig auf heimischen Einkaufslisten. Gefragt nach jenen Artikeln, die schon regelmäßig eingekauft werden, bilden pflanzliche Drinks/ alternative Milchprodukte (25 %), pflanzenbasierte salzige Knabberereien (21 %) und Süßwaren auf Pflanzenbasis (19 %) die Spitze. Plant-based Backwaren werden von etwa 15 Prozent der Befragten eingekauft – ähnlich ist das bei Fleisch- und Wurstwaren auf Pflanzenbasis (12 %). Nahezu ein Drittel stimmt der Aussage zu, dass sie bereit sind, zum rein pflanzlichen Pendant eines tierischen Produktes zu greifen, wenn es geschmacklich überzeugt – mit Altersunterschieden (40 % bei unter 30-Jährigen vs. 26 % bei über 60-Jährigen).

Plant-Based Monat für zwei von zehn vorstellbar, Frühstück bereits zu knapp 50 % pflanzlich

20 Prozent der Befragten könnte sich grundsätzlich vorstellen, einen Monat lang rein pflanzlich zu ernähren – ganz im Sinne des aktuellen „Veganuary“. Gefragt nach ursprünglich tierischen Produkten, die sich gut in einer pflanzlichen Option kaufen lassen, zählen Süßwaren (37 %), salzige Knabberereien (35 %), Backwaren (33 %) und pflanzliche Drinks/ alternative Milchprodukte (33 %) klar dazu. Bei letzterer Kategorie zeigt ein Blick auf die Bundesländer: Die Befragten aus Oberösterreich und Salzburg (40 %), der Steiermark und Kärnten (40 %) und Niederösterreich und dem Burgenland (35 %) sind von plant-based Drinks/ alternativen Milchprodukten stärker überzeugt als jene aus Tirol und Vorarlberg (27 %) und Wien (20 %).

Einige Mahlzeiten sind hierzulande bereits häufig – gewollt oder ungewollt – pflanzenbasiert. Fast die Hälfte der rund 500 Befragten gibt an dieser Stelle das

Frühstück als plant-based an (49 %), dahinter folgen der Snack zwischendurch (35 %) und das Abendessen (30 %). Das Mittagessen ist dahingehend noch weniger pflanzenbasiert (24 %), bei 1/6 der Befragten ist dies noch keine Mahlzeit (17 %). Auch hier zeigt sich: pflanzliche Lebensmittel steht bei den Jungen deutlicher häufiger am Speiseplan. So ist der beliebte Snack für Zwischendurch bei den unter 30-Jährigen in 46 Prozent der Fälle pflanzlich, bei den über 60-Jährigen lediglich zu 20 Prozent. Ein ähnliches Ergebnis ergab die Umfrage auch hinsichtlich anderer Tagesmahlzeiten (z. B. „Abendessen“ unter 30 Jahren (36 %) vs. über 60 Jahre (23 %)).

***Über die Umfrage**

Das Markt- und Meinungsforschungsinstitut marketmind hat im Auftrag von BILLA im Zeitraum von 30.12.2022 bis 04.01.2023 insgesamt 501 Personen im Alter zwischen 14 und 75 Jahren zu unterschiedlichen Themen u. a. auch zu ihrer Ernährungsweise befragt.

Infotext

Seit 69 Jahren gehört BILLA zu Österreich und ist damals wie heute wichtiger Lebensmittelnahversorger für alle Menschen im Land. Die über 30.000 Mitarbeiter:innen sorgen in fast 1.300 BILLA und BILLA PLUS-Märkten dafür, dass Kund:innen aus einer Vielfalt an frischen und qualitativ hochwertigen Produkten wählen können und sich bestens beraten fühlen. Das Sortiment enthält für jedes Budget genau das Richtige und reicht von einer breiten Palette an Markenartikeln bis zu erfolgreichen Eigenmarken: darunter die Ja! Natürlich Bio-Produkte ergänzt um BILLA Bio, die hochwertige BILLA Eigenmarke, die regionale Eigenmarke Da komm' ich her! und die Preiseinstiegsmarke clever®. Als erster heimischer Lebensmittelhändler bietet BILLA seit 2020 Frischfleisch von Rind, Schwein, Huhn und Pute zu 100 % aus Österreich an. Zudem finden sich über 9.000 regionale Lebensmittel von kleinen bäuerlichen Betrieben in den Regalen von BILLA – das Angebot wird kontinuierlich ausgebaut.

BILLA gehört zur REWE Group, einem der größten Lebensmittelhändler Europas, und ist seit Mai 2019 Teil des jö Bonus Clubs, dem größten Multipartnerprogramm Österreichs. Zur BILLA-Familie zählt seit April 2021 BILLA PLUS mit rund 150 Märkten und etwa 10.000 Mitarbeiter:innen. Als einer der größten Arbeitgeber des Landes überzeugt BILLA mit vielfältigen Karrierechancen und krisensicheren Arbeitsplätzen. Ob in einem der Märkte, im Vertriebsaußendienst oder am Zentralstandort. Unsere Mitarbeiter:innen profitieren von einer großen Palette an Benefits, wie Feriencamps, einem anonymen Beratungsangebot in belastenden Situationen, bis hin zu zahlreichen Vergünstigungen bei Einkauf und Reisen. Außerdem setzt das Unternehmen auf digitale Lernmöglichkeiten sowie ein breites Aus- und Weiterbildungsangebot in österreichweit 11 Ausbildungsstandorten. Die neu aufgestellte Vertriebsstruktur mit sieben Vertriebsregionen sorgt für noch intensivere Verankerung der BILLA- und BILLA PLUS-Märkte in den Bundesländern. Mit seinem Online Shop ist BILLA Vorreiter im heimischen Online-Lebensmittelhandel und als einziger Vollsortimenter des Landes in der Lage, Haushalte in allen Bundesländern persönlich zu beliefern. Kunden, die im BILLA Online Shop bestellen, können ihren Einkauf zudem an mehr als 600 Click & Collect Standorten

österreichweit abholen, ohne an der Kassa warten zu müssen.

Auch Nachhaltigkeit wird im Unternehmen großgeschrieben – ob beim Sortiment oder bei gesellschaftlichem Engagement. BILLA unterstützt zahlreiche Initiativen oder ruft diese selbst ins Leben wie „Blühendes Österreich“, „Fair zum Tier“ oder „Raus aus Plastik“. Der Großteil der Märkte wird zudem energieeffizient betrieben und alle BILLA und BILLA PLUS Märkte werden zu 100% mit Grünstrom aus Österreich beliefert

Mehr Informationen unter: www.billa.at

(<http://www.billa.at/>) Besuchen Sie uns auch auf [Facebook](https://www.facebook.com/BILLA/) (<https://www.facebook.com/BILLA/>), auf [YouTube](https://www.youtube.com/billa) (<https://www.youtube.com/billa>), auf [Instagram](https://www.instagram.com/billa_at/) (https://www.instagram.com/billa_at/), sowie auf [Twitter](https://twitter.com/BILLA_AT) (https://twitter.com/BILLA_AT).

Kontakt

Team Mediarelations

REWE International AG

IZ NÖ-Süd, Straße 3, Objekt 16

2355 Wiener Neudorf

Tel: [+43 2236 600 5265](tel:+4322366005265) (tel:[+4322366005265](tel:+4322366005265))

E-Mail: mediarelations@rewe-group.at (<mailto:mediarelations@rewe-group.at>)

Downloads



Foto 1_Verena Wiederkehr (BILLA) und Luca Fichtinger (Wunderkern) mit Wunderkern Drink_(C) Christian Landl
Verena Wiederkehr (BILLA Head of plant-based Business Development) und Luca Fichtinger (Wunderkern) mit Wunderkern Drink

© Christian Landl, Abdruck zu redaktionellen Zwecken honorarfrei



Foto 2_Verena Wiederkehr (BILLA) und Luca Fichtinger _ Christoph Derler (Wunderkern)_ (C) Christian Landl
Verena Wiederkehr (BILLA Head of plant-based Business Development), Luca Fichtinger & Christoph Derler (Wunderkern)

© Christian Landl, Abdruck zu redaktionellen Zwecken honorarfrei



**Foto 3_Verena Wiederkehr (BILLA) und Luca Fichtinger _
Christoph Derler (Wunderkern) vor BILLA Pflanzilla_(C)
Christian Landl**

Verena Wiederkehr (BILLA Head of plant-based Business Development), Luca Fichtinger & Christoph Derler (Wunderkern) vor BILLA PFLANZILLA

© Christian Landl, Abdruck zu redaktionellen Zwecken honorarfrei



**Foto 4_Wunderkern Drink aus Marillenkernen_(C) Christian
Landl**

Wunderkern Drink aus Marillenkernen

© Christian Landl, Abdruck zu redaktionellen Zwecken honorarfrei