

Pressemitteilung

VollCorner testet NeoTaste und Too Good To Go

Neue App-Angebote für Neukund:innen und gegen Lebensmittelverschwendung im VollCorner Schwanthalerhöhe

München, 08. 05. 2024 **Das Bio-Einzelhandelsunternehmen VollCorner Biomarkt GmbH testet ab Frühling 2024 die Kooperation mit der Gastro-App NeoTaste und dem Lebensmittelretter Too Good To Go.**

Der Flagshipstore und größte VollCorner Biomarkt im Schwanthaler Forum testet seit 8. April 2024 NeoTaste. In der App finden sich stark vergünstigte Angebote von Partnern wie Restaurants oder Eisdielen. Besonders häufig wird ein 2-für-1-Hauptgericht angeboten oder ein kostenloses Getränk oder Dessert. So auch bei VollCorner: Für das Deli im Forum Schwanthalerhöhe können die Deals „2für1 Mittagsgeschicht“ oder ein gratis Heißgetränk zum Süßgebäck eingelöst werden.

Zusätzlich kooperiert der VollCorner in der Schwanthalerstraße seit Anfang Mai mit der Anti-Foodwaste-App Too Good To Go. Dort verkaufen Bäckereien, Supermärkte und Co. übriggebliebene Lebensmittel zu einem reduzierten Preis. Nutzer:innen bekommen beispielsweise durch den Kauf einer „Überraschungstüte“ eine vom Unternehmen getroffene Auswahl übriggebliebener Lebensmittel. Wer spezifischer einkaufen will, kann auch nach reinen Obst-und-Gemüse- oder Backwaren-Angeboten suchen.

Bei NeoTaste zahlen Nutzer:innen eine kleine monatliche oder jährliche Gebühr und können die App dafür deutschlandweit nutzen. Bei Too Good To Go wird für die einzelnen Angebote gezahlt.

Die beiden Apps werden im VollCorner Schwanthalerhöhe über den Frühling und Sommer getestet, bevor eine Ausweitung auf andere Märkte infrage kommt.

Lebensmittelrettung: Schon immer im Zentrum bei VollCorner

„Wir freuen uns sehr, jetzt mit diesen beiden spannenden Initiativen zusammenzuarbeiten“, sagt Paul Pfaff, einer der Geschäftsführer der VollCorner Biomarkt GmbH. „Natürlich steht ein sorgsamer Umgang mit Lebensmitteln schon seit unserer Gründung 1988 durch meinen Onkel Willi Pfaff auf der Prioritätenliste ganz weit oben. Deshalb arbeiten wir schon seit vielen Jahren mit den Organisationen Foodsharing und FoodCaring zusammen, die übriggebliebene Lebensmittel aus den Märkten in Absprache mit den Teams dort abholen und weiterverteilen.“

Auch auf anderen Ebenen engagiert sich VollCorner schon seit langer Zeit unter dem Motto „Teller statt Tonne!“ für bessere Verwertung von Lebensmitteln. 2021 war der Händler zum Beispiel Teil eines Forschungsprojekts zum Thema „Vermarktung von Suboptimal Food“ mit der Uni Kassel-Witzenhausen.

„Dieses Engagement können wir durch Too Good To Go optimal ergänzen. Die Kooperation läuft gut an, viele Angebote sind täglich schnell ausverkauft“, erklärt Co-Geschäftsführer Stefan Berkold.

Neo wie Neu: Neukund:innen erreichen durch starke Angebote

Auch die Kooperation mit NeoTaste zielt darauf ab: „So entdecken immer wieder neue Kundinnen und Kunden, dass es bei uns jeden Tag mehrere warme Mittagsgesichte und einladende Sitzbereiche drinnen und draußen gibt“, freut sich Paul Pfaff. „Und dann gleich ein ganzes Mittagessen umsonst zu bekommen, das lockt natürlich auch einige in den Markt, die sonst eher kein Bio kaufen.“

Von den Deals profitieren jedoch nicht nur Neukund:innen. Wie in NeoTaste üblich, ist der eingelöste Deal zwar 30 Tage gesperrt, bevor er wieder genutzt werden kann. Doch es gibt kein Limit darauf, wie oft er eingelöst werden kann. Praktisch bedeutet das: ein kostenloses Mittagessen und Heißgetränk pro Monat für alle Nutzer:innen.

Mehr Marketing für Premium-Bio

Auch starke Angebote sind für den Bio-Pionier nichts Neues: Früher wurden Klebekarotten gesammelt, heute laufen verschiedenste Sammelaktionen und Einlösemöglichkeiten digital über die CarrotCard App.

2024 will der Bio-Pionier eine offensivere Marketing-Strategie fahren. „Mit Maßnahmen wie Influencer:innen-Kooperationen, unseren Erlebnistouren zu Partner-Marken oder Plakatwerbung quer durch die Stadt wollen wir dieses Jahr unsere Kernbotschaft „Voll München. Voll Bio.“ noch stärker nach München tragen“, erklärt Marketing-Leitung Christina Schrupf. „Attraktive Angebote zu bieten und unsere Bio-Lebensmittel gleichzeitig weiterhin angemessen wertzuschätzen ist uns dabei extrem wichtig. Deshalb freuen wir uns umso mehr auf die Kooperationen mit NeoTaste und Too Good To Go.“

Fotos erhalten Sie auf Anfrage gerne.
Marketing, Presse- & Öffentlichkeitsarbeit
VollCorner Biomarkt GmbH
Schwanthalerstraße 111
80339 München
presse@vollcorner.de
www.vollcorner.de

Die **VollCorner Biomarkt GmbH** wurde 1988 u.a. von Willi Pfaff in München gegründet. Heutige Inhaber sind Leo Pfaff, Paul Pfaff, Stefan Berkold, und Willi Pfaff. Geschäftsführer sind die letzteren drei. Aktuell beschäftigt das Unternehmen rund 400 Mitarbeiter:innen. VollCorner bietet in 20 Biomärkten im Stadtgebiet und Landkreis München jeweils bis zu 10.000 verschiedene Bio-Produkte an. Neben den Biomärkten betreibt VollCorner den Bio-Weinhandel Vino in Haidhausen. Regionale Produkte und internationale Bio-Spezialitäten sind genau wie Lebensmittel des täglichen Bedarfs zentrale Elemente der Sortimentspolitik von VollCorner. Seit 2010 arbeitet das Unternehmen eng mit der regionalen Verbraucher- und Erzeugergenossenschaft TAGWERK zusammen. Daneben besteht das VollCorner Bio-Netzwerk aus etlichen regionalen Bio-Betrieben, wie z.B. Bäckereien, Käsereien, Imkereien und Metzgereien aus dem Münchner Umland. Ergänzend betreibt VollCorner in Garching ein firmeneigenes Zentrallager, von dem die Filialen mit ausgesuchten Produkten direkt beliefert werden.