



Presseinformation

BUDNI eröffnet zweite Filiale mit Produkt-Wegweiser

Neues Sonninquartier in Hammerbrook erhält eigenen „budni“

Hamburg, 19.11.2020 - BUDNIs nachhaltiges Filialkonzept mit dem Wegweiser-System für verantwortungsbewussteres Einkaufen wird weiter ausgerollt. Nach der Anfang August in der Gertigstraße in Hamburg-Winterhude eröffneten Pilotfiliale kommt am Donnerstag eine zweite „budni“-Filiale mit dem nachhaltigen Konzept in das Sonninquartier, das neue Wohnviertel in Hamburg-Hammerbrook.

„Der Wegweiser für verantwortungsbewussteres Einkaufen kommt in Winterhude sehr gut an“, sagt BUDNI-Geschäftsführer Christoph Wöhlke. „Wir glauben, dass auch die Kundinnen und Kunden in Hammerbrook den neuen Service gern nutzen werden.“

Auf rund 500 Quadratmetern Verkaufsfläche entsteht ein nach modernsten Nachhaltigkeitskriterien ausgerichteter „budni“ mit zahlreichen Service-Elementen:

- BUDNI-Wegweiser – für den nachhaltigeren Einkauf,
- Wasch- Putz-, und Spülmittel-Zapfstation,
- Dpd-Paketshop,
- Packtisch mit nachhaltigeren Materialien,
- Recycling-Station,
- Self-Scan-Kasse,
- Kostenfreies W-Lan,
- Kostenloses Abheben von Bargeld,
- Stillecke & Wickeltisch,
- innovativer Einpackservice
- Seifentisch für unverpackte Seifen,
- Service-Punkt für täglich wechselnde, persönliche Rabatte,
- Digitale Info-Screens zum Abruf von Produktinformationen.

Der neue „BUDNI-Wegweiser“ soll verantwortungsbewusstere Kaufentscheidungen erleichtern, indem er den Kundinnen und Kunden den Weg zu nachhaltigeren Produkten weist.

Die vier BUDNI-Wegweiser-Zeichen:

Vier verschiedene Symbole an Regalen, Preisschildern und Werbemitteln sowie in der BUDNI-App und auf der BUDNI-Website bieten den Kunden Orientierung und Transparenz beim Einkauf. Sie repräsentieren den schonenderen Umgang mit natürlichen Ressourcen, Klima- und Süßwasserschutz sowie den Erhalt der Artenvielfalt. Dank der zusätzlichen App-Funktion „grüner Score“ wird Kundinnen und Kunden mit BUDNI-Kundenkarte angezeigt, wie nachhaltig der eigene Einkauf bereits ist. Zugleich erfahren sie, wo es noch Optimierungspotenzial gibt.

Das Sortiment wird nachhaltiger:

Parallel dazu wird das Sortiment – auch in den anderen Filialen – sukzessive nach ökologischen Kriterien weiterentwickelt. Umweltfreundlichere Eigenmarken und Marken stärken die ökologische Ausrichtung des Sortiments.

Schon heute umfasst das Angebot rund 800 exklusive und neue Produkte – allesamt verantwortungsvollere Alternativen. Das Kosmetiksoriment besteht beispielsweise bereits zu einem Drittel aus Naturkosmetik – darunter die beliebten BLÜTEZEIT-Artikel. Neue Eigenmarken wie RESPEKT, dazu starke Premium-Marken, innovative Newcomer sowie Partnerschaften mit heimischen Herstellern setzen nachhaltige Schwerpunkte in den Regalen. Hinzu kommt ein vielfältiges Angebot an Bio-Lebensmitteln.

Erweitertes Serviceangebot, lokal zugeschnitten:

Die Marke BUDNI steht nicht nur für Verantwortung, sondern auch für ein nachbarschaftliches Lebensgefühl. Alle Angebote werden individuell auf die jeweilige Filiale zugeschnitten – verbunden mit persönlicher Beratung und vielen Services. Dazu zählen beispielsweise Paktische mit recycelten Materialien oder Sammelstationen für recycelbare Verpackungen, sowie Ab- und Auffüllstationen für Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel. Der Spezialist für Drogerieartikel sorgt zudem mit einem Service-Punkt mit täglich wechselnden und individuell auf die Besitzer der BUDNI-Karte zugeschnittenen Angeboten für ein umfassendes Einkaufserlebnis.

Entwickelt wurde das innovative Filialkonzept gemeinsam von der BUDNI Handels- und Servicegesellschaft (BHSG) und IWAN BUDNIKOWSKY. Die aus der Partnerschaft mit EDEKA entstandene Gesellschaft BHSG bündelt alle rückwärtigen Bereiche – von Einkauf über Sortimentsmanagement bis Marketing – und ist darüber hinaus auch für die überregionale Standortentwicklung des Drogeriefachhändlers verantwortlich.

WWF und BUDNI machen sich gemeinsam auf den Weg:

Auf seinem Weg zu noch mehr Nachhaltigkeit wird BUDNI ab sofort von einem starken Partner begleitet: der unabhängigen Naturschutzorganisation WWF (World Wide Fund for Nature). Vorbild ist die bereits seit elf Jahren erfolgreiche strategische Partnerschaft zwischen EDEKA und WWF. BUDNI setzt sich so neue Maßstäbe bei der Verringerung seines ökologischen Fußabdrucks und gleichzeitig ein starkes Zeichen im

deutschen Drogeriemarkt. Der WWF unterstützt die Drogeriemarktkette als fachkundiger Berater und Partner bei ihrem Engagement für ein nachhaltigeres Produktsortiment – für den Schutz von Klima, natürlichen Ressourcen, Süßwasser und den Erhalt von Artenvielfalt.

IWAN BUDNIKOWSKY GmbH & Co. KG

Wiebke Spannuth

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Wiebke.spannuth@budni.de

Tel. 040 68279 – 1727

Mobil: 0163 6827849

Wandsbeker Königstraße 62

22041 Hamburg

Internet: <http://www.budni.de>