

PRESSEMITTEILUNG

Natoo feiert Premiere in Deutschland – Lagardère Travel Retail eröffnet innovatives plant-based „Bowl all day“ Foodkonzept mit Lifestyle Retail-Sortiment am Flughafen Frankfurt

Wiesbaden, 20.09.2021

Lagardère Travel Retail: Am 15.09.2021 eröffnete der erste Natoo im Terminal 1A (Airside) des Frankfurt Airports.



„Healthy all the way“ – die Mission von Natoo steht für die konsequente Umsetzung globaler Food-Megatrends mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit und vegane sowie vegetarische Zutaten höchster Qualität aus lokaler Produktion und der Möglichkeit individueller Zusammenstellung, ergänzt um food-lifestyle Retail-Produkte in warmem Storeambiente.

Healthy Food

Unsere Nattoo Gäste können sich auf innovative Bowls, wie die veganen „Mother Earth“ oder „Namaste“ Bowls“ sowie Breakfast Bowls, wie „Layovernigt Oats“ oder „Espresso Oats“ freuen. Ergänzt wird das „Eat Healthy“ Food-Angebot um Reisbällchen, wie „Lento“ oder „Holy“, Salate, vegane Joghurts, sowie Sweet Balls und Bars, wie „Berry Beet“ oder „Granola Choco Coco“.

Die Zutaten sind regional gesourced, die Gewürze kommen aus der Gewürzmeisterei des Sternekochs Ingo Holland aus dem Spessart.

Abgerundet werden die innovativen veganen Speisen von hausgemachten Ice-Tees, frischen Berry-Boosts oder Leinsamen-Shots, Bio-Tee und Kaffee sowie Bio-Weine der Winzerei Keth.

Zudem lädt Nattoo als Hybridkonzept zum Shopping ein: Angefangen mit Büchern von Ottolengis „Jerusalem“ oder Gaston Acurios „Peru“ über einer Vielzahl von Lifestyle-Büchern, bis hin zu Gewürzen der „Gewürzmeisterei“ sowie Gewürzreibe, Bio-Ketchup von Curtice Brothers und „Gingo“ Gin runden das Retailspektrum ab.

„Unsere Bowls“, gibt Federico Fanelli, COO Foodservice von Lagardère Travel Retail, ein Beispiel für das hochwertige Portfolio, „werden ganz individuell und über den Tag kontinuierlich frisch zubereitet – unsere Gäste können aus sorgfältig ausgesuchten hochwertigen Toppings und Dressings wählen.“

Höchste Qualität und nachhaltiges Denken

Das Storekonzept ist eine Eigenentwicklung von Lagardère Travel Retail und spiegelt in „Look & Feel“ den Lifestyle der „cosmopolitan urban“ Zielgruppe wider.

Nachhaltiges Denken findet sich in den eingesetzten Materialien und Verbrauchsmaterialien wieder. So wird in Porzellanbowls serviert mit echtem Besteck, das To-Go-Packaging besteht ausschließlich aus recycelten und recyclebaren Materialien. Natürlich gehören auch die wiederverwendbaren Cups und Lunchboxes von Bioloco zum Sortiment.

Contemporary urban Lifestyle bei Nattoo lädt zum „Chillen, essen und unterhalten“ ein

Das sehr natürliche und zeitgeistige Ambiente mit digitalen Monitoren, die die Herstellung der Bowls und Tees zeigen, und „Community Tables“ mit integrierten Mobile-Ladestationen als auch die Nattoo-Lounge laden zum Entspannen vor dem Boarding ein. Wer schnell zum Flieger muss nimmt einfach die To-go-Offer mit und nutzt das Self-Checkout-Terminal.

„Wir Lagardistas sind unheimlich stolz auf unser neues Baby – ein Food-Retail-Hybrid für den urban-kosmopolitischen Reisenden, bei dem unser differenzierendes und ausgezeichnetes Food- und Retailoffer den Unterschied macht“, freut sich Jochen Halfmann: „Nattoo ist erfrischend und eine ausgezeichnete Ergänzung der Food- und Retailangebote an Travel Hubs wie Flughäfen und Bahnhöfe – just eat healthy all the way on your travel.“

„In Kürze wird schon der zweite Nattoo am Frankfurter Flughafen seine Türen öffnen“, ergänzt begeistert Mark Hallstein, Head of Key Account Management bei Fraport. „Der neue und weltweit erste Nattoo dieser Art trifft perfekt den Zeitgeist der heutigen Reisenden: Ein hochwertiges und nachhaltiges Healthy-Food-Konzept samt einem attraktiven Shop, der schon auf den ersten Blick zum Genießen, Auftanken und Verweilen einlädt.“

ÜBER LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Als einer der zwei Unternehmensbereiche der Lagardère Group, ist Lagardère Travel Retail eines der weltweit führenden Unternehmen in der Travel Retail Branche mit über 4.850 Shops in den Bereichen Travel Essentials, Duty-Free und Foodservice an Flughäfen, Bahnhöfen und anderen Verkehrsstandorten. Verteilt auf 39 Länder in der ganzen Welt wird ein Jahresumsatz von 2,3 Mrd. Euro erwirtschaftet. Lagardère Travel Retail fokussiert sich ganzheitlich auf die Erwartungen von Reisenden und bietet mit seiner Positionierung einzigartige Mehrwerte für Vermieter und Partner. Lagardère Travel Retail Deutschland betreibt 111 Shops an zehn Flughäfen und 35 Bahnhöfen, mit einer großen Bandbreite an bekannten Marken wie Relay, Hub Convenience, Coffee Fellows und mit der Frankfurter Markthalle, den Foodcourt am Hauptbahnhof Frankfurt.

www.lagardere-tr.de

Kontakt: B2B Communication • info@lagardere-tr.de • +49 (0) 611 973 07 0
