



«Schweizer Bauer»

3001 Bern

031/ 330 34 44

www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print

Medientyp: Fachpresse

Auflage: 30'841

Erscheinungsweise: 2x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3

Abo-Nr.: 1008268

Seite: 7

Fläche: 37'421 mm²

BIOMARKT: Aldi und Lidl möchten Biosortiment weiter ausbauen Keine Gespräche mit Discountern

RETO BLUNIER

In der Sonntagspresse wurde über aktuelle Gespräche von Bio Suisse und Aldi und Lidl gesprochen. Dies wurde demontiert. Die Discounter möchten aber ihr Biosortiment erhöhen. Bio Suisse zeigt sich offen.

Bioprodukte liegen in der Gunst der Konsumenten. Betrug der Umsatz im Biomarkt im Jahr 2007 noch knapp 1,3 Mrd. Fr., stieg dieser Wert 2011 auf 1,74 Mrd. Fr. Und auch im vergangenen Jahr wuchs der Markt wieder kräftig. Wie die «SonntagsZeitung» in ihrer jüngsten Ausgabe berichtete, nähert sich dieser der 2-Milliarden-Grenze. Und die beiden Grossen des Schweizer Detailhandels konnten 2012 um 4,5 Prozent (Coop) respektive um 10 Prozent (Migros) zulegen. Deren Marktanteil liegt mittlerweile bei 75 Prozent. Aktuelle Gespräche über eine Zusammenarbeit zwischen Bio Suisse und den Discountern, wie die «SonntagsZeitung» kolportierte, haben sich nach Recherchen des «Schweizer Bauer» als Zeitungssente herausgestellt.

Aldi, Lidl wollen ausbauen

Dass auch Discounter um Bioprodukte mit der Knospe von Bio Suisse buhlen, ist nicht erstaunlich, denn der Biomarkt ist ein Wachstumsmarkt. Zudem können sich die deutschen Discounter einen schweizerischen Anstrich geben. Nicht

umsonst betonen sie bei Werbeaktivitäten das Schweizerische. Aldi sagt, dass immer mehr Kunden «umweltgerecht produzierte Lebensmittel wünschen». Doch der Marktanteil der beiden Discounter Aldi und Lidl am gesamten Schweizer Biomarkt liegt im tiefen einstelligen Prozentbereich.

«Das Sortiment von Aldi Suisse besteht aus rund 1200 Produkten. Etwa vier bis sechs Prozent vom gesamten Sortiment sind Bio-Produkte unseres Labels «Natur aktiv». Die Verkaufszahlen sind steigend», erklärt Aldi-Sprecher Philippe Vetterli dem «Schweizer Bauer». Er betont, dass sämtliche in der Schweiz hergestellten Produkte der hiesigen Bio-Verordnung entsprechen. Mit dem eigenen Label wolle Aldi Bioprodukte für alle ermöglichen. «Unser erklärtes Ziel ist es, die Anteile an Bioprodukten auf das Niveau des Gesamtmarktes zu steigern», macht Vetterli deutlich. Aldi sei stark interessiert, Knospen-zertifizierte Produkte zu verkaufen.

Auch Mitbewerber Lidl will das Sortiment von Bioprodukten ausdehnen. Dieser möchte vor allem Frischprodukte mit der Knospe ausloben können. «Bei Lidl Schweiz liegt der Bioanteil im Lebensmittelsortiment bei drei bis fünf Prozent mit eher steigender Tendenz», sagt Mediensprecherin Cheryl Zwicker gegenüber dem «Schweizer Bauer».

Keine aktuellen Gespräche

Bio Suisse sei grundsätzlich

bereit, mit sämtlichen Marktpartnern zu sprechen, sagt die Leiterin Öffentlichkeitsarbeit von Bio Suisse, Sabine Lubow. «Dass aber ein spezifisches Interesse unsererseits besteht, ist nicht der Fall», hebt sie hervor. Bio Suisse sei offen für die Zusammenarbeit mit sämtlichen Interessierten, sofern sie die Anforderungen an die Distributionspolitik erfüllen. Diese enthalten gemäss Lubow die Grundsätze, Werte und Ziele der Organisation. «Unser Bestreben ist es, die Biolandwirtschaft und somit den Absatz zu fördern», fährt sie fort. Mit Aldi habe man seit Sommer 2012 keine Gespräche mehr geführt.

Aldi erklärt, dass seit dem Markteintritt 2005 «konstruktive Gespräche geführt» wurden. Bio Suisse habe sich aber entschieden, keine Zusammenarbeit mit dem Discounter einzugehen. Dies werde bedauert. Seit Juli 2012 herrsche aber Funkstille. «Ebenso haben wir Bio Suisse angeboten, Projekte im Bereich Bio zu unterstützen. Uns wurden aber keine konkreten Projekte angeboten», sagt Aldi-Sprecher Vetterli.

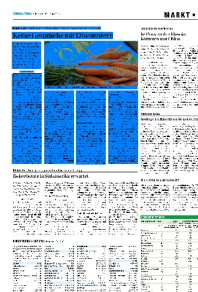
Auch Lidl weiss nichts von Gesprächen. «Wir haben bisher erst einmal, zu Beginn unserer Tätigkeiten in der Schweiz 2009, Gespräche mit Bio Suisse geführt», betont Cheryl Zwicker von Lidl. Damals verwendete der Discounter ohne Einverständnis das Knospe-Logo. Bio Suisse opponierte, Lidl zog sich in der Folge zurück.

Datum: 16.01.2013

Schweizer Bauer

«Schweizer Bauer»
3001 Bern
031/ 330 34 44
www.schweizerbauer.ch

Medienart: Print
Medientyp: Fachpresse
Auflage: 30'841
Erscheinungsweise: 2x wöchentlich



Themen-Nr.: 541.3
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 7
Fläche: 37'421 mm²



Sind bei Detailhändlern begehrt: Bioprodukte aus der Schweiz. (Bild: Bio Suisse)