

Datum: 14.07.2013

Schweiz am Sonntag

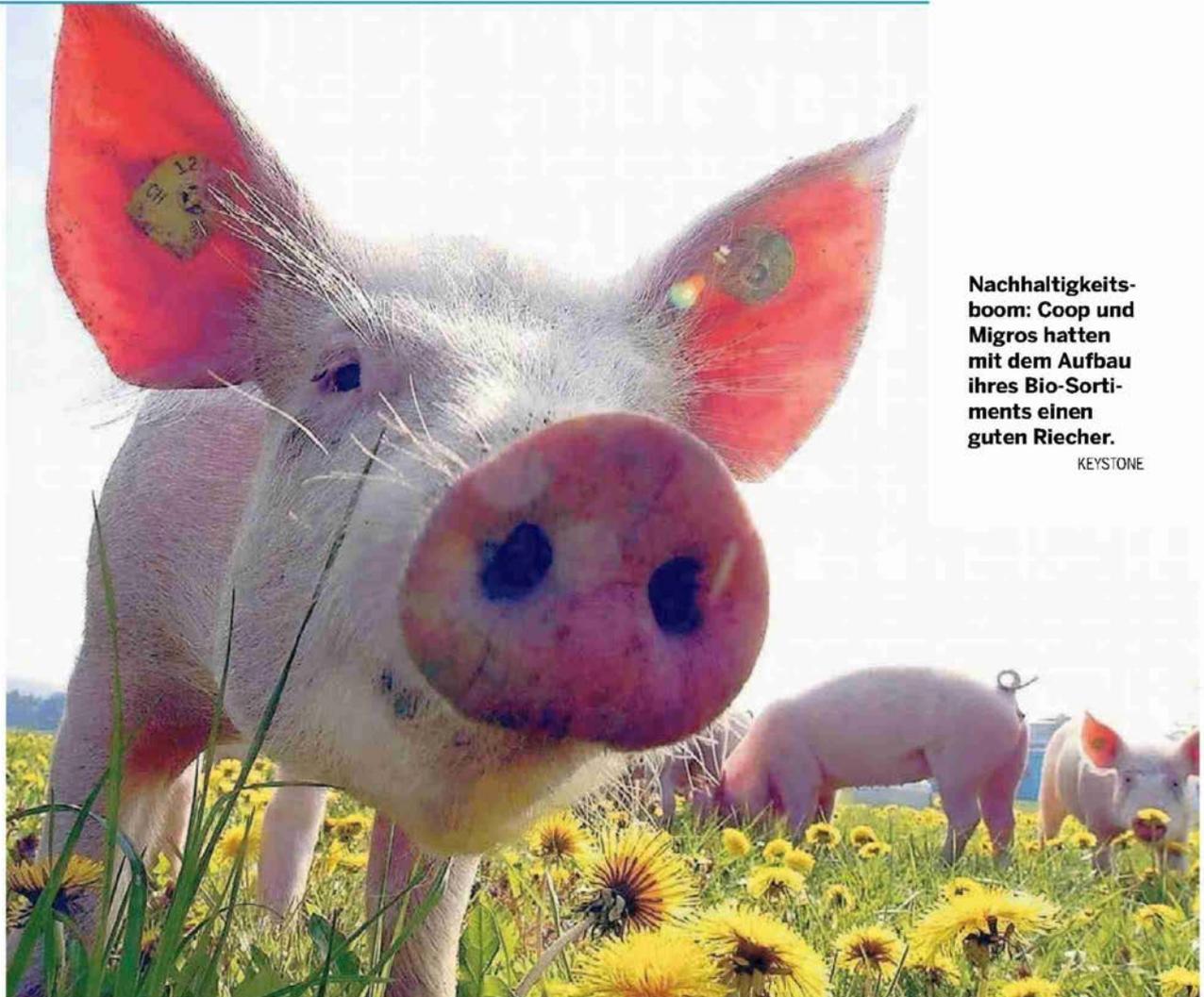
Ausgabe Aargau



AZ Zeitungen AG
5401 Baden
058/ 200 53 10
www.sonntagonline.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 76'230
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 18
Fläche: 66'430 mm²



Nachhaltigkeitsboom: Coop und Migros hatten mit dem Aufbau ihres Bio-Sortiments einen guten Riecher.

KEYSTONE

Bei Bio-Preisen sehen Reformhäuser alt aus

Preisvergleich: Der Einkauf im Bio-Lädeli ist bis zu dreimal teurer



AZ Zeitungen AG
5401 Baden
058/ 200 53 10
www.sonntagonline.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 76'230
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 18
Fläche: 66'430 mm²

VON BENJAMIN WEINMANN

Coop, Migros, Aldi und Lidl setzen Jahr für Jahr mehr auf das margenträchtige Bio-Geschäft. Im Vergleich zu den Reformhäusern, den Vorreitern des Bio-Trends, sind sie aber Billig-Anbieter (siehe Tabelle). Wer beispielsweise Bio-Spaghetti kaufen will, erhält in den Müller-Reformhäusern die Pasta zu einem Preis von 4 Franken. Das sind 266 Prozent mehr als bei Lidl. Müller ist laut Geschäftsführer Stefan Rot die grösste Reformhauskette der Schweiz mit einem Umsatz von 40 Millionen Franken,

Natürlich handelt es sich um unterschiedliche Produkte. Die Lidl-Pasta stammt aus Italien und trägt das Label Biotrend. Die Spaghetti im Reformhaus stammen aus der Schweiz und tragen das Knospe-Label von Bio Suisse. Zudem trumpfen die Reformhäuser mit zahlreichen weiteren Labels auf, wie Demeter, unter dem nach anthroposophischen Prinzipien biologisch erzeugte Produkte verkauft werden. Oder Probios für glutenfreie, Lima für lactosefreie und Wheaty für vegane Produkte.

Doch wer sich in erster Linie für Bio-Grundnahrungsmittel interessiert, fährt bei Migros, Coop und vor allem Aldi und Lidl billiger. Das Sortiment der Discounter ist zwar auf deutlich weniger als 100 Bio-Artikel beschränkt. Allerdings betont Aldi, man wolle das Bio-Sortiment vergrössern und zusätzliche Aktionen lancieren. Lidl bietet seit einiger Zeit gar Artikel des Labels Bio-Suisse an.

DIE MIGROS SETZTE vergangenes Jahr mit dem Bio-Geschäft über 474 Millionen Franken um – ein Plus von 9 Prozent. Aktuell bietet sie 1100 Bio-Produkte an. Zudem ist die Migros daran, die in Deutschland erfolgreiche Bio-Supermarktkette Alnatura in der Schweiz aufzubauen.

Mit über 2000 Bio-Produkten verfügt Coop laut Sprecher Urs Meier im Schweizer Detailhandel über das grösste Bio-Sortiment. «Knapp 50 Prozent der verkauften Bio-Lebensmittel gehen bei Coop über den Ladentisch.» 2012 verzeichnete die Coop-Biomarke Naturaplan ein Umsatzwachstum von rund 5 Prozent auf 816 Millionen Franken.

Coop behauptet von sich, Bio einer breiten Öffentlichkeit erst bekannt ge-

macht zu haben. «Von dieser Verbreiterung profitieren die Kleinen, auch die Reformhäuser», sagt Meier. Diese hätten seit dem Einstieg von Coop vor zwanzig Jahren ihren Umsatz fast verdoppeln können.

Stefan Rot, Geschäftsführer der Müller-Reformhaus-Gruppe mit 30 Filialen in der Schweiz, gibt sich in der Tat gelassen: «Es ist normal, dass der Fachhandel teurer ist. 90 Prozent unserer Angestellten sind ausgebildete Drogistinnen, Reformfachfrauen oder Ernährungsberaterinnen.» Ein weiterer Faktor für das höhere Preisniveau seien die kleineren Mengen von Spezialprodukten, die Reformhäuser von kleinen Produzenten bestellen würden. Und: «Uns geht es nicht allein um Bio. Uns liegen auch Artikel am Herzen, die mit ihrem Verkaufspreis Fairtrade-Projekte unterstützen.»

Allerdings glaubt Rot nicht, dass es in Zukunft einfacher wird. So verkaufe man beispielsweise heute weniger Olivenöl. «Hier spüren wir die Bio-Konkurrenz der Grosshändler.» Auch Vollkornbrot habe es vor zehn Jahren fast nur in Reformhäusern gegeben. «Heute findet man es überall.»

MITARBEIT: MICHAEL HEIM



AZ Zeitungen AG
5401 Baden
058/ 200 53 10
www.sonntagonline.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 76'230
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.3
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 18
Fläche: 66'430 mm²

■ WAS KOSTET MICH DER BIO-EINKAUF?

| | | LIDL | ALDI | COOP | MIGROS | ALNATURA | MÜLLER REFORMHAUS | HÖHENERS BIOLADEN | DIFFERENZ zum günstigsten Produkt |
|----------------------------|----------|---------|---------------|---------|---------|---------------|-------------------|-------------------|-----------------------------------|
| 1 kg Bananen | Preis | 2.49 | 2.99 | 3.40 | 3.20 | 3.20 | 4.70 | 5.20 | +108% |
| | Herkunft | Peru | Peru | Ecuador | Peru | Peru | Dom. Rep. | Dom. Rep. | |
| 1 l Vollmilch | Preis | 1.59 | 1.70 | 1.70 | 1.70 | 1.70 | 2.25 | 2.00 | +42% |
| | Herkunft | CH | CH | CH | CH | CH | CH | CH | |
| 5 dl Olivenöl | Preis | – | 6.66* | 8.50 | 8.10 | 6.90 | 19.20 | 9.00* | +188% |
| | Herkunft | – | Griechenland | Italien | Italien | unersichtlich | Griechenland | Italien | |
| 6 Eier | Preis | 3.99 | 3.99 | 4.80* | 4.75 | 4.75 | 5.40 | 5.20 | +35% |
| | Herkunft | CH | CH | CH | CH | CH | CH | CH | |
| 500 g Spaghetti | Preis | 1.20 | 1.29 | 2.10 | – | 1.45 | 4.40 | 3.90 | +266% |
| | Herkunft | Italien | Italien | CH | – | Italien | CH | CH | |
| 100 g Vollmilch-Schokolade | Preis | – | 1.79 | 1.80 | 1.80 | 1.70 | 3.00 | 3.35 | +97% |
| | Herkunft | – | Deutschland | CH | CH | unersichtlich | Deutschland | CH | |
| 1 kg Nektarinen | Preis | – | 5.98* | 6.95 | 7.50 | 6.50 | 7.55 | 12.50 | +109% |
| | Herkunft | – | unersichtlich | Spanien | Spanien | Spanien | Italien | Spanien | |
| 200 g Butter | Preis | – | 3.59 | 3.70 | 3.70 | 3.70 | 4.90* | 5.00 | +39% |
| | Herkunft | – | CH | CH | CH | CH | CH | CH | |

– Nicht im Sortiment *mengenbereinigt

Stichtag 11. Juli 2013 in den Filialen Zürich-Oerlikon (Lidl, Migros, Coop, Aldi), Zürich-Höngg (Alnatura), Baden (Müller Reformhaus) und Basel (Höhener). Aktionen nicht berücksichtigt. Preise in Schweizer Franken.