**Datum: 23.04.2015**

Blick

SonntagsBlick / Auto Genf Extra
8008 Zürich
044/ 259 62 62
www.blick.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 163'627
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 2
Fläche: 25'892 mm²

# Aldi kämpft um Käfer und Knospe

Es sind die gleichen Bio-Produkte von den gleichen Lieferanten – Milch, Eier, Rüebli, Rohschinken. Doch es gibt einen gewichtigen Unterschied: **Bei Coop sind sie mit dem Knospe-Label von Bio-Suisse versehen, bei Aldi Suisse nicht. Dem Discounter ist das verboten.**

Das Gleiche gilt für den Käfer von IP-Suisse. Die Migros verkauft die Produkte unter dem Label Terrasuisse. Auch Aldi darf IP-Ware verkaufen. Doch der Käfer bleibt tabu.

**Warum darf Aldi Knospe und Käfer nicht zeigen?** Bio-Suisse sagt, dass Discounter die Knospe erst zeigen dürfen, wenn sie sich «umfassend und langfristig dafür einsetzen, die biologische Landwirtschaft zu fördern». Dazu zähle auch ein «repräsentatives, ganzjähriges Angebot». **Tatsächlich hat der deutsche Discounter nur 13 Schweizer Knospe-Produkte. Er verkauft sie unter dem Label Nature Suisse Bio.** Zum Vergleich: Coop führt über 1700 Knospe-Produkte!

IP-Suisse argumentiert ähnlich. «Unser Vorstand entschied, in Anbetracht der relativ kleinen Mengen an IP-Produkten Aldi die Verwendung des Begriffs und des Logos vorerst nicht zu gestatten», sagte Geschäftsführer Fritz Rothen kürzlich zum «Schweizer Bauer».

**Auf Nachfrage betont Rothen, dass Aldi daran nicht ganz unschuldig sei.** Schliesslich habe der Discounter den Käfer ungefragt auf ein Fleischprodukt gedruckt – und so die Diskussion ausgelöst. Aldi bietet die Produkte nun unter dem Label Nature Suisse an.

**Migros und Coop sind die grössten Abnehmer.**

Um das Knospe-Label kämpft Aldi nun schon seit einigen Jahren. Und jetzt noch die Absage vom IP-Käfer. Ein Sprecher sagt: **«Beide besitzen bei den Schweizer Konsumenten eine hohe Bekanntheit und Glaubwürdigkeit.»** Darum wolle man auch damit werben können. «Doch nach mehreren Gesprächen und gegenseitiger Annäherung bedauern wir den Entscheid sehr, dass weder mit Bio-Suisse noch mit IP-Suisse eine Zusammenarbeit zustande gekommen ist.» Über die Gründe könne man nur spekulieren.

Aldi will nicht aufgeben und **fordert «von IP-Suisse und Bio-Suisse eine objektive Beurteilung der Situation».** Im Übrigen sind auch für Lidl Käfer und Knospe tabu. Doch das Unternehmen liess Fragen von BLICK unbeantwortet.

Der Verdacht liegt nahe, dass Migros und Coop bei den Label-Organisationen ihren Einfluss geltend machen. Schliesslich sind sie die jeweils grössten Abnehmer. Und sie haben die Marken mit viel Aufwand aufgebaut. **Auch Bio-Suisse und IP-Suisse betonen ihre Eigenständigkeit.** Aldi bleibe die Tür für Verhandlungen offen, erklären sie.

**Philipp Albrecht**

ARGUS Medienbeobachtung

Medienbeobachtung
Medienanalyse
Informationsmanagement
Sprachdienstleistungen

ARGUS der Presse AG
Rüdigerstrasse 15, Postfach, 8027 Zürich
Tel. 044 388 82 00, Fax 044 388 82 01
www.argus.ch

Argus Ref.: 57626672
Ausschnitt Seite: 1/1