Datum: 12.04.2015

SonntagsZeitung

SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
www.sonntagszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 201'738
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 41
Fläche: 31'293 mm²

Nestlé verschläft den Bio-Trend

Das Geschäft mit naturbelassenen Produkten boomt auch in den USA – doch der Schweizer Lebensmittelmulti hat den Einstieg verpasst

Vevey VD Bio- und naturbelassene Nahrungsmittel entwickeln sich von Nischenprodukten zur Massenware. Bio Suisse gab vergangene Woche bekannt, dass der Gesamtumsatz mit biologischen Gütern in der Schweiz 2,2 Milliarden erreichte. In mehr und mehr Ländern wird Bio zum Milliardengeschäft. Doch Grosskonzerne wie Nestlé konnten vom wachstumsstarken Segment bisher kaum profitieren.

Laut Jon Cox, Chefanalyst beim Wertpapierhändler Kepler Cheuvreux, agierten die Multis zu träge. «Die grossen Nahrungsmittelkonzerne haben gleich mehrere Trends verpasst. Dazu gehören Bioprodukte, aber auch Nahrungsmittel ohne Konservierungs- und künstliche Farbstoffe oder proteinreiche Produkte.» Kleinere Anbieter seien dagegen in Europa und den USA längst auf diese Trends aufgesprungen und hätten gegenüber den Grosskonzernen die Nase vorn.

Im Heimmarkt von Nestlé zeigt sich das exemplarisch. Allein Coop hat 1700 Bioprodukte im Sortiment. Der Grossteil davon sind verarbeitet, von der Dosensuppe bis zur Tiefkühlpizza. 2014 erzielte Coop damit über eine Milliarde Franken Umsatz.

Kannibalisierung muss in Kauf genommen werden

Von Nestlé stammen die wenigsten. Der Multi bietet in der Schweiz weniger als 20 Produkte in Bioqualität an. Die Artikel hätten im Konzern bisher keine Priorität, sagte Schweiz-Chef Eugenio Simioni am Rande der Bilanzmedienkonferenz im Februar. Beim Konkurrenten Unilever, zu dem auch die Marke Knorr gehört, sieht es noch magerer aus. Das Unternehmen hat hierzulande gerade mal vier Bioartikel in den Regalen der Supermärkte stehen.

Während die Schweiz für die Multis nur eine Nebenrolle spielt, setzt sich der Trend zu Bio- und naturbelassener Nahrung auch im wichtigen Markt USA immer stärker durch. Das Segment wächst prozentual zweistellig. Gemäss den letzten verfügbaren Zahlen wurde 2013 in der weltgrössten Volkswirtschaft Bioware im Wert von über 35 Milliarden Dollar verkauft. Auf natürliche Produkte spezialisierte Unternehmen sind bei den grossen Anbietern als Übernahmeobjekte begehrt. Der US-Riese General Mill's hat sich den US-Vorreiter im Biosegment, Annie's, einverleibt. Pro Aktie bezahlte der Konzern letzten Herbst 46 Dollar. Beim Börsengang zwei Jahre davor kosteten die Annie's-Papiere noch 19 Dollar. Bekannt ist das Unternehmen in den USA nicht nur bei Liebhabern von besonders gesundem Essen. Der Verkaufsrenner sind Tiefkühlpizzas mit Salami und Fertigmischungen mit Maccaroni und Käse, beide in Bioqualität.

Jon Cox sieht bei den Multis Handlungsbedarf. «Wenn die grossen Konzerne nicht versuchen, den Trends zu folgen, werden sie zunehmend an Bedeutung verlieren und stagnieren.» Dabei müsse auch eine Kannibalisierung mit dem bestehenden Produktsegment in Kauf genommen werden. Das Bedürfnis nach natürlicherem Essen steige nicht nur im Westen. Auch in China, dem zweitwichtigsten Markt von Nestlé, achteten die Konsumenten immer sorgfältiger darauf, was sie essen und trinken, sagt Chefanalyst Cox.

Im vergangenen Jahr hatte der Schweizer Multi mit einem Wachstum mit einem organischen Umsatzplus (ohne Zukäufe) von 4,5 Prozent die eigenen Vorgaben verfehlt. Konzernchef Paul Bulcke kündigte daraufhin an, das darbende Tiefkühlsegment in den USA neu zu positionieren und vermehrt auf Bio zu setzen. Dem zunehmenden Bedürfnis nach naturnaher Kost scheint er etwas widerwillig zu folgen. Es gebe nichts an künstlichen Farbstoffen auszusetzen, sie seien völlig sicher, doch habe die Sensibilität der Konsumenten gegenüber diesen Themen zugenommen. Nestlé gebe Antworten darauf, kommentierte Bulcke. So will der Multi bis Ende Jahr in den USA auf künstliche Aromen und Farbstoffe in Schokoriegeln verzichten. Eine Nestlé-Sprecherin sagte zudem, das Unternehmen baue verstärkt Versorgungsketten auf, um biozertifizierte Grundnahrungsmittel wie Mais, Weizen und Reis in kommerziellen Mengen verfügbar zu machen.

Nestlé-Präsident Brabeck warnte vor Bionahrung

Damit schlägt Nestlé neue Töne an. Noch vor einigen Jahren hatte sich Nestlé-Präsident Peter Bra-

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.: 57509110
Ausschnitt Seite: 1/2

Datum: 12.04.2015

SonntagsZeitung

Nestlés fette Gewinne in Dürrezeiten

SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
www.sonntagszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 201'738
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 41
Fläche: 31'293 mm²

beck herablassend über Bio geäussert und stattdessen die Vorzüge von gentechnisch veränderter Nahrung gelobt. Brabeck warnte 2011 in einem Interview im «Wall Street Journal» gar vor Bionahrung. «Wie viele Leute sind schon an Lebensmittelvergiftung wegen Bionahrung gestorben und wie viele wegen gentechnisch veränderter Produkte?», sagt er 2011 und verwies damit auf mehrere Todesfälle in Deutschland nach dem Verzehr von mit Coli-Bakterien verseuchten Biosprossen. Dagegen sei Gentechfood harmlos und dessen Herstellung hochproduktiv.

Die Konsumenten setzen die Prioritäten offensichtlich anders. Nestlé und anderen Multis bleibt nichts anderes übrig, als auf den Trend zu reagieren, der hin zu natürlicheren Produkten geht. Analysten sind allerdings skeptisch, ob das im Fall von Nestlé so schnell gelingen wird. Sie erwarten, dass der Multi mit Sitz in Vevey auch im laufenden Jahr das angestrebte organische Wachstumsziel von 5 bis 6 Prozent verfehlen wird, wie der Durchschnitt der Prognosen zeigt. Das wäre schon das dritte Jahr in Folge, und die eigene Zielvorgabe würde damit zunehmend unrealistisch erscheinen. Erich Bürgler