



Demeter erzürnt treue Bioläden

Produkte der Hardcore-Ökomarke gibt es neu bei Migros und Coop. Das kommt bei bisherigen Partnern schlecht an.

VON BENJAMIN WEINMANN

Demeter ist heute in erster Linie der Bioläden-Kundschaft ein Begriff. Darunter fallen Produkte, die vom Demeter-Verband zertifiziert sind und «konsequent naturnah bio-dynamisch» produziert werden. Hilfsstoffe sind praktisch nicht zugelassen. Salz enthält weder Jod noch Fluor, Milchprodukte stammen von Kühen mit Hörnern, und sie werden weder homogenisiert, sterilisiert noch ultra-hocherhitzt. Importe auf dem Luftweg sind fast komplett untersagt.

Doch seit Neustem sind Demeter-Produkte nicht nur in Bioläden, Drogerien und Reformhäusern erhältlich, sondern auch bei Coop und Migros, inmitten von Coca-Cola-Flaschen, L'Oréal-Shampoo und tiefgefrorenen Pouletschenkeln - ein Affront für bisherige Demeter-Partner, insbesondere den wichtigsten Abnehmer, den Marktleader Müller Reformhaus. «Das ist natürlich schade. Denn wir als Fachhändler haben stark dazu beigetragen, die Marke Demeter aufzubauen und bekannt zu machen», sagt Stefan Rot, Chef der 32 Müller-Filialen. «Nun müssen wir wieder in neue Marken investieren.» Er werde das Gespräch mit Demeter suchen und seine Unzufriedenheit kundtun.

Dominik Hungerbühler, Chef des Bioladens «Ultimo Bacio» mit Filialen in Zürich, Winterthur und St. Gallen, begrüsst es, dass ein breiteres Publikum Zugang zu Demeter habe. «Das nützt der Gesundheit aller und unserem Boden.» Demeter-Produkte seien qualitativ am besten in Bezug auf Geschmack, Natürlichkeit und Mineralien- und Vitamin-Gehalt. Doch auch er spricht von einem Alleinstellungsmerkmal, das nun wegfalle. «Wir erleben das monatlich, dass Coop und Migros Produkte ins Sortiment aufnehmen, die bis anhin nur wir verkauft

haben.»

Carsten Hejndorf, Geschäftsführer der Zürcher «Bachsermärkte», sagt: «Für kleine Läden ist nun ein weiterer Rettungsanker verloren gegangen.» Umso mehr müssten die Bioläden innovativ bleiben



Anthroposophische Marke: Demeter.

«Für kleine Läden ist ein weiterer Rettungsanker verloren gegangen.»

CARSTEN HEJNDORF
GESCHÄFTSFÜHRER BACHSERMÄRT

und auf den persönlichen Kundenservice fokussieren.

An Grenzen gestossen

Demeter-Sprecherin Eva-Maria Wilhelm begründet die Ausweitung des Partner-netzes damit, dass die Vermarktung von Demeter-Produkten allein via Fachmärkte an Grenzen gestossen sei. Ziel der Öffnung sei es, eine Kundschaft zu erreichen, die bisher keinen Zugang zu Demeter-Produkten hatte. Zudem würden sich vermehrt Bio-Höfe für eine Umstellung auf Demeter interessieren.

Bei der Migros läuft der Pilot mit Demeter-Produkten bis März in ausgewählten Zürcher Filialen. Das Angebot sei von den Kunden «sehr gut» angenommen worden, sagt Sprecher Francesco Laratta. Bei Coop gibt man sich ebenfalls zufrieden. Dort sind die Demeter-Produkte vorerst im Raum Zürich und Nordwestschweiz erhältlich. Schon heute erwirtschaftet Coop mit Bio-Produkten 1 Milliarde Franken Umsatz. Bis 2025 will ihn Coop verdoppeln.