



Der Bund
3001 Bern
031/ 385 11 11
www.derbund.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 42'417
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 19
Fläche: 50'578 mm²



Hier geht bald die (Bio)-Post ab: Die Migros eröffnet ein Spezialgeschäft mit ausschliesslich Bio-Produkten. Foto: Adrian Moser

Migros greift Bio-Läden mit eigenem Spezialgeschäft an

Wenn die mächtige Migros mit eigenen Bio-Läden in den Markt einsteigt, kommen Reformhäuser ins Schwitzen. Doch diese nehmen die Konkurrenz sportlich.

Michael Hunkeler

Bewusst konsumieren liegt im Trend. Längst spielt es nicht nur eine Rolle, was im Teller landet, sondern auch wie es produziert worden ist. Seit längerem rüstet deshalb der Grossverteiler Migros sein Biosortiment in den Verkaufsgeschäften auf. Mit Erfolg: Im letzten Jahr verzeichnete die Migros in diesem Segment einen Umsatz von 3,5 Milliarden Franken mit einem Wachstum von

15 Prozent, und dies bei sonst stagnierenden Umsatzzahlen.

Seit 2012 erweitert der Grossverteiler mit seinem Partner Alnatura das Filialnetz der Alnatura-Bio-Supermärkte. Mittlerweile gibt es schweizweit sechs solcher Geschäfte, unter anderem in Zürich, Winterthur und Zug. «Die Kundenzahlen in den Alnatura-Läden sind sehr

zufriedenstellend», sagt Francesco Laratta, Mediensprecher der Migros. Dass dennoch nicht alles rosig verläuft, zeigt die Filiale in Regensdorf, die bald wieder geschlossen wird. Solche Anpassungen seien in einer ersten Expansionsphase normal. Es gehe darum, «geeignete Standorte für das Bio-Format» zu



Der Bund
3001 Bern
031/ 385 11 11
www.derbund.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 42'417
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 541.003
Abo-Nr.: 1008268
Seite: 19
Fläche: 50'578 mm²

suchen, so Laratta. «Vor allem in urbanen Gebieten ist die Nachfrage nach Bio-Produkten gross.» 2016 oder spätestens 2017 soll eine weitere Filiale beim Bärenplatz in Bern aufgehen. Zur Grösse oder zum Sortiment kann man laut Laratta zurzeit noch keine Angaben machen, da die Verhandlungen noch im Gange seien. In einem Alnatura-Bio-Super-Markt werden jeweils bis zu 5000 Produkte des täglichen Bedarfs angeboten - von Kosmetikartikeln bis zu Nahrungsmitteln. Es werden dabei nicht nur Produkte der Eigenmarken angeboten, sondern auch solche anderer Markenhersteller aus dem Biosegment.

Bangen der Bioläden

Wie kommt diese Migros-Offensive bei alteingesessenen Reformgeschäften an?

Daniel König, Sprecher der IG Berner Bioläden, sagt: «Die Biobewegung wurde von den kleinen Läden gross gemacht. Migros und Coop haben das nun gut abgeschaut.» Er hoffe und glaube aber, dass der Markt gross genug für alle sei.

Die Erfahrungen aus Zürich, wo es bereits seit längerem solche Geschäfte gibt, sind gemischt. Eine «Bund»-Umfrage zeigt, dass kaum ein Bio-Laden grössere Umsatzeinbussen wegen Alnatura beklagt. Laut Stephan Rot, Geschäftsleiter des Reformhauses Müller, lagen aber die Wachstumszahlen bei einer seiner Filialen in direkter Nachbarschaft zum Alnatura-Shop unter den Erwartungen.

Viele Ladeninhaber sagen übereinstimmend, dass in ihrer Branche der

Preis nicht das wichtigste Argument für die Kunden sei. Die meisten Geschäfte setzten auf Spezialitäten als Alleinstellungsmerkmal, oftmals aus Produktionen, die für Grossverteiler zu klein seien. Auch eine gute Beratung sei für die meisten sehr wichtig.

Dennoch ist allen bewusst, dass mit Alnatura ein Schwergewicht den Berner Markt betritt. «Umsatzeinbussen können wir nicht ausschliessen», sagt Thomas Gafner, Geschäftsleiter des Reformhauses Ruprecht. Bei solchen Veränderungen müsse man rasch reagieren, beispielsweise mit Nischenprodukten.

Laut Migros ist der Expansionskurs noch nicht abgeschlossen. Der Fokus liege derzeit auf städtischen Gebieten der Deutschschweiz.