



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
<https://www.tagesanzeiger.ch/sonntags...>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 121'382
Erscheinungsweise: wöchentlich

Seite: 38
Fläche: 189'025 mm²

Auftrag: 3005681
AEV (in Tsd. CHF): 43.7

Referenz: 91439950
Ausschnitt Seite: 1/5



Eine Lidl-Filiale
Bachenbülach:
Bio-Produkte
hier zu kaufen,
lohnt sich.
Foto: Sibylle Meier

Bio ist bei Aldi und Lidl bis zu 25 Prozent günstiger als bei Migros und Coop

Preise für ökologische Produkte Die deutschen Discounter gelten plötzlich als Hoffnungsträger für günstigere Bioprodukte in der Schweiz. Die Migros scheint das Problem erkannt zu haben.



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
<https://www.tagesanzeiger.ch/sonntags...>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 121'382
Erscheinungsweise: wöchentlich

Seite: 38
Fläche: 189'025 mm²

Auftrag: 3005681 Referenz: 91439950
AEV (in Tsd. CHF): 43.7 Ausschnitt Seite: 2/5

Edith Hollenstein

In der Schweiz stockt der Absatz von Bioprodukten. Zwar wird der Verband Bio Suisse die Zahlen zum vergangenen Jahr erst im April vorlegen. Doch in der Branche ist seit einiger Zeit zu hören, dass aufgrund der gestiegenen Preissensitivität weniger Bio gekauft wird. Ist die Inflation der Grund, oder woran liegt das? «Vielleicht stagniert Bio auch deshalb, weil es für viele Menschen zu teuer ist», sagt Mathias Binswanger. Der Wirtschaftsprofessor vermutet, dass zu hohe Preise der Grund sind, warum nicht mehr Menschen zu Bio greifen.

Für mehr Transparenz in der Preispolitik im Lebensmittelhandel haben Binswanger und sein Team von der Fachhochschule Nordwestschweiz (FHNW) vergangenen Herbst den «Preismonitor» gestartet. Daran beteiligt ist der von Binswanger mitgegründete Verein Faire Märkte Schweiz.

Die Erkenntnis damals: Schweizerinnen und Schweizer zahlen über 100 Millionen Franken zu viel für Bio, da die beiden Grossverteiler Coop und Migros auf Bioprodukte viel mehr draufschlagen als auf ihre konventionellen Produkte. Am Dienstag wird Binswanger eine Neuauflage des Preismonitors publizieren. Damit liegen erstmals Vergleichszahlen vor, die SonntagsZeitung exklusiv vorab einsehen konnte. Brisant ist: Die meisten der untersuchten Produkte sind nicht günstiger geworden. Ihre Preise blieben konstant oder stiegen an. Dabei hatten die Grossverteiler in den vergangenen Monaten bei vielen Produkten die Preise verbilligt.

Weil sich gleichzeitig aber die Produktionsbedingungen der

Bauern nicht wesentlich verändert haben, sei die Preisschere zwischen konventionellen und Bioprodukten weiterhin vorhanden und habe sich sogar vergrößert, heisst es in der Analyse.

Bio-Rindsplätzli unter 50 Franken pro Kilo

Erstmals wurden die Preise der beiden Discounter Aldi und Lidl einbezogen. Die Ergebnisse zeigen, dass Bioprodukte bei den Discountern deutlich günstiger sind als bei Migros und Coop.

Dies betrifft nicht nur ausländische Biowaren, die wegen unterschiedlicher Herstellungskosten schwer vergleichbar sind, sondern auch einheimische. Schweizer Bio-Milch, -Joghurt, -Eier und -Mehl sind laut dem Preismonitor bei den Discountern günstiger als bei Migros und Coop. Ein besonders auffälliges Beispiel sind Bio-Rindsplätzli. Sie kosten bei Migros und Coop im Schnitt 65.75 Franken pro Kilogramm, beim Discounter nur gerade 49.90.

Warum sind bei den Grossverteilern gewisse Bioprodukte ein Viertel teurer als beim Discounter? Der Unterschied kann nicht am Preis liegen, den die Bauern erhalten. Bioprodukte aus der Schweiz bei Aldi und Lidl entsprechen ebenfalls den Schweizer Bio-Richtlinien, und die Landwirte erhalten nicht weniger, wenn sie an die Discounter liefern statt an Migros und Coop.

Discounter können effizienter kalkulieren

Ausschlaggebend ist, dass die Discounter viel weniger Bioartikel im Sortiment haben und diese auch nicht das ganze Jahr in allen Filialen verfügbar sind. Coop und Migros führen mehrere Tausend Bioprodukte, wäh-

rend es bei Lidl nur 350 sind. Aldi führt 300 Bioartikel, davon stammt ein Drittel aus der Schweiz.

Dadurch können die Discounter effizienter kalkulieren. Das Sortiment ist übersichtlich, die Verwaltung schlank – zudem gibt es Skaleneffekte aufgrund von internationalen Einkaufsgemeinschaften. Aldi Suisse gibt an, bei der Preisgestaltung keinen Unterschied zwischen konventioneller Ware und Bio zu machen. «Wir wenden bei beiden dieselben Margen an», sagt ein Sprecher.

Die Konzerne, zu denen Lidl Schweiz und Aldi Suisse gehören, sind international tätig und erwirtschaften jährlich je mehr als 100 Milliarden Franken. Die Schweizer Detailhandelsriesen Coop und Migros wirken mit 35 respektive 32 Milliarden dagegen fast schon klein. «Die einheitliche Filialgestaltung und zentrale Planung vereinfachen Prozesse und senken die Kosten», sagt Lidl-Sprecher Mathias Kaufmann.

Beide Discounter betonen ihr Bio-Sortiment in der Werbung auffällig stark. Sie können damit Menschen in ihre Filialen locken, die sonst dort nicht einkaufen. Gut möglich, dass sie eine Mischrechnung machen und selber nicht genau wissen, ob und wie viel sie mit ihren Bioprodukten verdienen.

Unterschiedliche Labels erschweren den Überblick

Im Gegensatz zu Coop und Migros zahlen Lidl und Aldi auch keine Lizenzgebühren an Bio Suisse. Betriebe mit der Knospe setzen zusätzlich zur Bioverordnung weitergehende Vorgaben um. Dafür, dass die Grossverteiler die Knospe auf Verpackungen dru-



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
<https://www.tagesanzeiger.ch/sonntags...>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 121'382
Erscheinungsweise: wöchentlich

Seite: 38
Fläche: 189'025 mm²

Auftrag: 3005681
AEV (in Tsd. CHF): 43.7
Referenz: 91439950
Ausschnitt Seite: 3/5

cken können, verlangt Bio Suisse 0,9 Prozent vom Umsatz, den sie mit Bioprodukten machen. Lidl und Aldi hingegen dürfen ihre Produkte nicht mit der Knospe ausloben, auch wenn ihre Produkte von Bio-Suisse-Betrieben stammen – oftmals von denselben, die auch Coop und die Migros beliefern.

Bei Lidl heisst Bio deshalb «Bio Organic», bei Aldi «Retour aux Sources». Die unterschiedlichen Labels erschweren den Überblick. Auch die Forschenden der FHNW hatten teilweise Mühe, ähnliche Produkte zu finden. Bei den Bio-Rindsplätzli konnten sie nur solche von Lidl berücksichtigen. Zum Zeitpunkt der Erhebung war schlicht kein vergleichbares Produkt von Aldi erhältlich.

Aktionen ziehen – aber nicht bei den Discountern

Zu den grossen Preisunterschieden bei Bio-Rindsplätzli sagt Coop-Sprecher Caspar Frey, diese würden deshalb mehr kosten, weil sie zusätzlich zu Bio Suisse den «Natura Beef»-Standard erfüllen. Die Migros führt ebenfalls die Knospe als Preistreiber an, ebenso die grössere Verfügbarkeit. Weil diese Plätzli schweizweit in fast allen Filialen zu kaufen seien, führe dies unweigerlich zu mehr Abschreibungen, erklärt Migros-Sprecher Marcel Schlatter.

Die Grossverteiler müssen viel mehr Artikel rabattieren, sodass sie möglichst gekauft werden, bevor sie ablaufen. Heisst: Sie müssen auf Teile der Marge verzichten.

Ausserdem, so weiss man in der Branche, gewähren die Discounter bei Bio keine Aktionspreise – Migros und Coop hingegen schon. Gemäss Zahlen der

Forschungsfirma Nielsen kaufen Schweizerinnen und Schweizer rund die Hälfte des Fleisches dann, wenn es rabattiert ist. «Wer also etwa Bio-Rindfleisch in der Migros zum Aktionspreis kauft, zahlt unter Umständen gleich viel oder weniger als bei Lidl oder Aldi», sagt Heinrich Bucher, Direktor beim Fleischverband Proviande.

Er weist auf einen weiteren Punkt hin, der den Preis des Biofleisches an der Ladenkasse verteuert: Ragout werde beispielsweise kaum in Bioqualität gekauft, deshalb müsse es als konventionelles Fleisch verkauft werden. «Die Kosten dieser Deklassierung werden in den Preis des als Bio verkäuflichen Fleisches eingerechnet.»

Verglichen wurden in der Analyse die Produzentenpreise mit den Konsumentenpreisen – also der Preis, den die Landwirte für ihr Produkt erhalten, mit dem Preis, den wir im Supermarkt bezahlen. Diese Differenz ist teilweise enorm: Je nach Produkt macht sie 40 bis 80 Prozent des Verkaufspreises aus. Bei Bio ist der Aufschlag besonders ausgeprägt: Von einem Franken, den die Konsumentinnen und Konsumenten für Bioprodukte ausgeben, erhalten die Bauern im Schnitt nur rund 33 Prozent. Bei konventionellen Produkten sind es 41 Prozent.

Lidl und Aldi sind plötzlich Hoffnungsträger

Ein Aufschlag ist gerechtfertigt, denn bei Bioware entstehen höhere Kosten – etwa durch Lizenzgebühren, Kontrollen, höhere Verarbeitung- und Vertriebskosten sowie die Sicherstellung der Rückverfolgbarkeit. Doch Professor Binswanger forderte bereits bei der Lancierung des

Preismonitors, dass die Detailhändler biologisch produzierte Waren nicht mehr als 20 Prozent teurer verkaufen als das entsprechende konventionelle Produkt.

Aus all dem folgert Binswanger: «Bioprodukte sind für Konsumenten zu teuer und für Bauern kaum lohnend.» Das behindere den Wandel zu einer umweltfreundlichen Landwirtschaft. Durch ihre grosse Marktmacht könnten Coop und Migros gegenüber den Bauern geringe Preise durchdrücken. Er hofft auf Bewegung durch Konkurrenz: «Damit, dass Discounter vermehrt auf Bio setzen, zeigen sie, dass Bio nicht zwingend viel teurer sein muss als konventionelle Produkte.»

Lidl und Aldi freuen sich, dass sie plötzlich als Hoffnungsträger für Bio dastehen. Dabei sind es Coop und Migros, die den Bio-Standard in der Schweiz aus der Nische geholt haben. Coop hat bereits vor der Jahrtausendwende die Kooperation mit Bio Suisse ausgebaut und laufend mehr Artikel ins Sortiment genommen. Auch die Migros lancierte früh ihre Eigenmarke M-Bio.

Beide führen inzwischen ein grosses Bio-Sortiment mit Nischenprodukten wie Bio-Hirse, -Gerste oder -Sonnenblumenkernen. Damit bieten sie dem Schweizer Biolandbau, bei dem etwa eine vielfältige Fruchtfolge zu den Vorschriften gehört, verlässliche Absatzmöglichkeiten. Das ist Faire Märkte Schweiz unter der Leitung von Präsident Stefan Flückiger nicht genug. Der Verein kämpft gegen die hohen Preisdifferenzen zwischen Bio- und konventionellen Produkten. «Wenn sich diese weiter vergrössern, rückt ein faires Preissystem noch weiter in die Ferne»,



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
<https://www.tagesanzeiger.ch/sonntags...>

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 121'382
Erscheinungsweise: wöchentlich

Seite: 38
Fläche: 189'025 mm²

Auftrag: 3005681
AEV (in Tsd. CHF): 43.7

Referenz: 91439950
Ausschnitt Seite: 4/5

sagt Flückiger.

Migros will Bauern faire Preise zahlen

Zumindest die Migros scheint das Problem erkannt zu haben. Wobei unklar ist, in welche Richtung es geht. Die Detailhändler stehen zwischen den Erwartungen der Bauern und der Konsumenten. An der Bilanzmedienkonferenz vom Mittwoch sagte Mario Irminger, die Migros nehme die Situation der Schweizer Landwirtschaft sehr ernst. «Wir sind bereit, in den Verhandlungen mit den Branchenorganisationen unseren Anteil zu leisten, damit die Bauern zu einem für sie fairen Einkommen kommen», sagte der Migros-Chef.

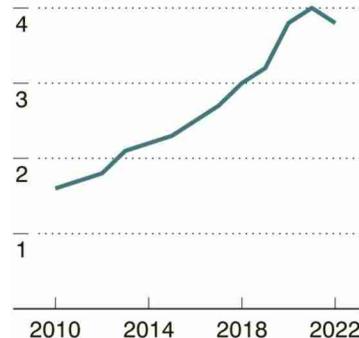
Gleichzeitig tönte Irminger an, dass derzeit die Preispositionierung im Supermarkt-Geschäft überarbeitet wird. Es sei der Migros bewusst, dass «wir dort sicherlich noch Verbesserungspotenzial aufweisen».

«Wenn sich die Preisdifferenzen zwischen Bio- und konventionellen Produkten weiter vergrössern, rückt ein faires Preissystem noch weiter in die Ferne.»

Stefan Flückiger
Präsident von
Faire Märkte Schweiz

Inflation verpasst Bio-Boom einen Knick

Gesamtumsatz **Biomarkt Schweiz**, in Milliarden Franken



Grafik: can, eh / Quelle: Bio Suisse



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
<https://www.tagesanzeiger.ch/sonntags...>

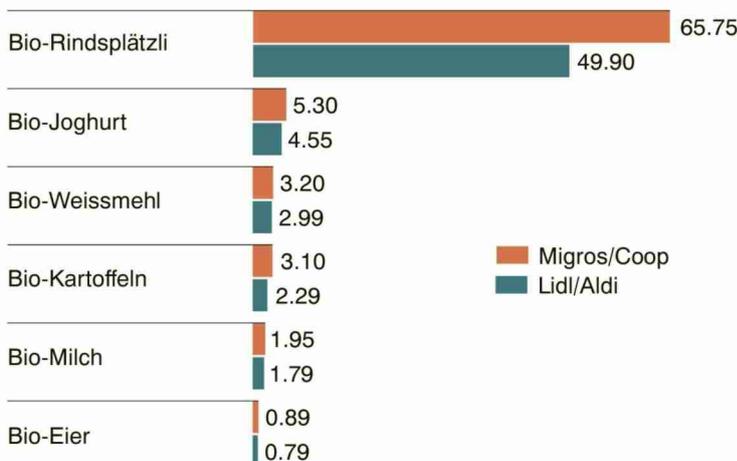
Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 121'382
Erscheinungsweise: wöchentlich

Seite: 38
Fläche: 189'025 mm²

Auftrag: 3005681 Referenz: 91439950
AEV (in Tsd. CHF): 43.7 Ausschnitt Seite: 5/5

Bei Fleisch sind die Preisunterschiede besonders gross

Preise im Laden pro Kilo oder Liter, bei Eiern pro Stück (in Franken)



Grafik: can, eh / Quelle: Preismonitor März 2024

So setzt sich bei Bio-Rindsplätzli der Preis zusammen

Preise im Laden, Mittelwert von Migros und Coop, pro Kilo (in Franken)



* Produzentenpreis Schweizer Bauernverband/Proviande;
** Betrag für Verarbeitung und Detailhandel

Grafik: can, eh / Quelle: FH Nordwestschweiz