

Was der Preiskampf im Schweizer Detailhandel auslöst

Gemüse und Brot sind deutlich günstiger Konsumenten profitieren von den Tiefpreisen für Lebensmittel. Der Bauernverband kritisiert die Entwicklung – dabei verdienen die Bauern heute mehr als früher.

Armin Müller

Rindssaftplätzli aus der Schweiz für 23.50 pro Kilo, Entrecote für 34.90 Franken, das Pfänderli Ruchbrot für 1 Franken – seit gut einem Jahr überbieten sich die Detailhändler mit Tiefpreisversprechen.

Den Startschuss gibt Aldi Suisse im September 2024: Der Discounter senkt die Preise beim Frischfleisch um bis zu 36 Prozent. Danach folgt Schlag auf Schlag:

— Ende Oktober 2024 kündigt die Migros an, rund 1000 Produkte des täglichen Bedarfs dauerhaft auf Discounter-Niveau zu senken.

— Am 5. April eröffnet der holländische Discounter Action in Bachenbülach ZH seine erste Filiale in der Schweiz. Das Werbeversprechen: extrem tiefe Preise.

— Im Juni meldet Coop, im laufenden Jahr «bereits bei über 1000 Supermarkt-Produkten die Preise gesenkt» zu haben.

— Am 13. Oktober senkt Aldi den Preis für das Pfänderli Halbweiss- oder Ruchbrot auf 99 Rappen. Die Konkurrenz zieht sofort nach.

— Am 11. November zündet Aldi die nächste Stufe: Ausgewählte Fleischstücke werden nochmals um 15 bis 30 Prozent verbilligt.

Bauernverband kritisiert Aldi

Was Konsumentinnen freuen soll, kommt auf den Bauernhöfen und in den Backstuben nicht gut an. «Ein Pfänderli für 99 Rappen ist eine Schande», schimpfte Thomas Helbling, Präsident des Dachverbands Schweizer Mühlen, vor zwei Wochen in Bern am Müllertag. Bäckereien werben mit Plakaten «Besser als 99 Rappen».

An der Delegiertenversammlung des Schweizer Bauernverbands am vergangenen Mittwoch in Bern kritisierte Präsident Markus Ritter die «Tiefstpreise» scharf. «Schluss mit dem Preisdumping bei Lebensmitteln», fordert der Verband und spricht von einer «verantwortungslosen Preisspirale gegen unten».

In der Regel appelliert der Bauernverband an alle grossen Detailhändler, ohne direkte Schuldzuweisung an einen einzelnen. Doch diesmal stellt er explizit Aldi an den Pranger: Die «Hauptverantwortung» liege bei ihm, Lidl, Migros, Denner und Coop würden nachziehen.

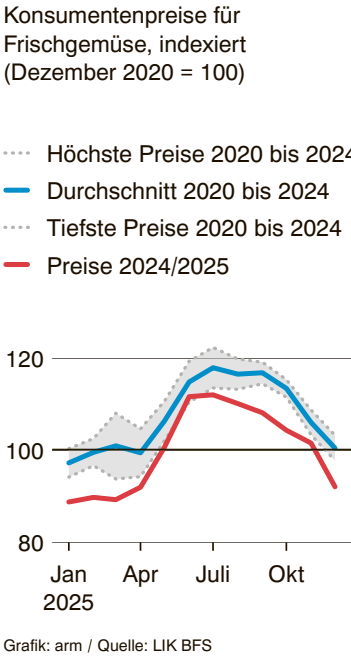
«Wir haben grundsätzlich kein Problem mit Discountern. Aber was jetzt passiert, ist neu», sagt Direktor Martin Rufer. «Aldi hat völlig überzogen.» Der Discounter senke den Preis beispielsweise über das ganze Sortiment bei Fleisch, das schaffe Druck auf die Produzenten.

Dass die Auseinandersetzung eine neue Eskalationsstufe erreicht hat, zeigt die Reaktion der Konkurrenz. In einer Medienmitteilung gibt Lidl dem Bauernverband recht und schiebt die Verantwortung Aldi zu: «Um die einheimische Produktion nicht zu destabilisieren, stösst Lidl Schweiz keine Preiskämpfe in



Eine Winterthurer Bäckerei reagiert auf die Tiefpreisoffensive des Discounters Aldi. Foto: PD

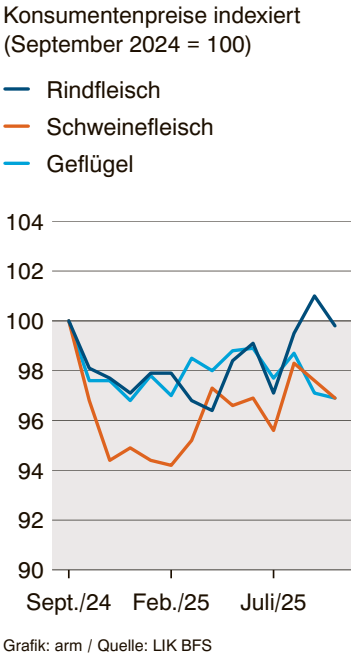
Preiskampf hat Gemüsepreise gesenkt



Segmenten wie Fleisch oder Brot an, da dies langfristig negative Auswirkungen auf die vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsprozesse haben könnte. Wir differenzieren uns hier klar von Mitbewerbern, die den Druck auf die Landwirtschaft unnötig erhöhen.» Unter Detailhändlern ist öffentliche Kritik tabu. Umso erstaunlicher ist dieser Schulterchluss.

Aldi-Chef Jérôme Meyer weist den Vorwurf zurück. Es sei die

Schweinefleisch und Geflügel sind billiger geworden

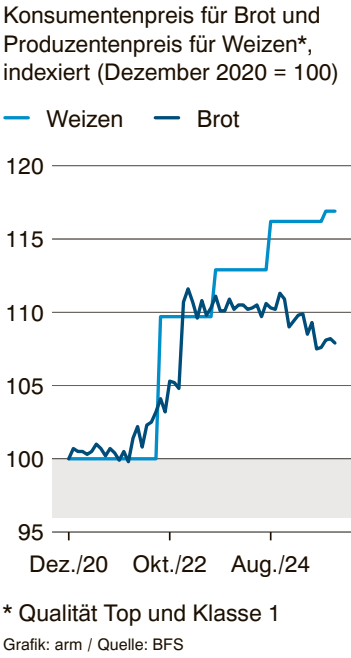


Aufgabe eines Discounters, für tiefe Preise zu sorgen. «Aldi Suisse drückt die Preise bei den Bauern nicht, das kann ich garantieren. Wir bezahlen die gleichen Preise wie vor den Senkungen», sagt er.

Auch Migros verschärft Einkaufspolitik

Dass man es sich mit der Schuldzuweisung an Aldi wohl etwas zu leicht macht, zeigen die Vorkommnisse mit anderen Händ-

Der Brotpreis sinkt trotz steigendem Weizenpreis



lern, die Druck machen. Im Frühsommer wollte Coop die Gemüseproduzenten mit einem neuen Rückvergütungssystem zur Zahlung eines «Bonus» von bis zu drei Prozent des Jahresumsatzes verpflichten. Der Verein «Faire Märkte Schweiz», der sich für Fairness gegenüber den Lieferanten einsetzt, reichte dagegen Klage bei der Wettbewerbskommission ein. Ende Juli zog Coop sein Ansinnen zurück.

Auch die Migros verschärft die Einkaufspolitik. Sie hat Florian Decker als Leiter Gruppenbeschaffung von der deutschen Supermarktkette Edeka abgeworben. Der Preiskampf in Deutschland gilt als besonders hart. Statt wie bisher separat kaufen Migros und deren Töchter Denner und Migrolino gemeinsam ein, um bessere Konditionen zu realisieren. Die NZZ berichtete kürzlich von «trumpschen Methoden» in Verhandlungen mit Markenartiklern.

Wie sich in den Konsumentenpreisen zeigt, wirkt der Preiskampf: Das Preisniveau für Frischgemüse war in den letzten zwölf Monaten so tief wie seit 2020 nicht mehr. Seit Start der Fleischoffensive von Aldi und der Tiefpreispolitik von Migros im Herbst 2024 sinken auch die Konsumentenpreise für Schweinefleisch und Geflügel.

Und selbst beim Brot, das ab Mitte 2022 parallel zu den höheren Weizenpreisen teurer wurde, setzte ab Herbst 2024 die Trendwende ein.

«Landwirtschaft erlebt ein sehr gutes Jahr»

Bislang scheint der Preiskampf nicht auf Kosten der Produzenten zu gehen – nicht nur beim Brot. 2024 stieg der Produzentenpreisindex landwirtschaftlicher Erzeugnisse zum neunten Mal in Folge, wie der Agrarbericht des Bundesamts für Landwirtschaft zeigt.

Und im laufenden Jahr sieht es noch besser aus. «Die Landwirtschaft erlebt ein sehr gutes Jahr», meldet das Bundesamt für Statistik. Gemäss einer ersten Schätzung dürfte sie 2025 eine Bruttowertschöpfung von 5 Milliarden Franken erzielen – fast 10 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Betriebsgewinn «steigt demnach um gut 16 Prozent und liegt deutlich über dem Durchschnitt der letzten fünf Jahre».

Auch Stefan Flückiger, Präsident von «Faire Märkte Schweiz», sieht noch kaum Auswirkungen des Preiskampfs bei den Produzentenpreisen. Gleichzeitig häufen sich bei dessen Meldestelle Hinweise auf steigenden Druck durch Detailhändler, besonders im Gemüsebau. «Wir haben drei bis vier Fälle auf dem Tisch, mit denen wir eine Eingabe bei der Weko prüfen», sagt Flückiger.

Er kritisiert die starke Marktkonzentration in der Schweiz: «Hier dominieren zwei Grossverteiler, inklusive ihrer eigenen bedeutenden Industriebetriebe, rund 80 Prozent des Lebensmittelmarktes. Die Folge: Vom Endverkaufspreis kommt tendenziell weniger bei den Produzenten an, kleine Verarbeiter geraten unter erhöhten Druck.»

Für die Konsumenten ist der neue Preiskampf attraktiv. Gemüse, Fleisch und Brote sind günstiger geworden, das Haushaltsbudget wird punktuell entlastet. Allerdings bleibt die Wirkung beschränkt: Ein durchschnittlicher Schweizer Haushalt gibt nur noch 5,6 Prozent seines Bruttoeinkommens für Nahrungsmittel aus.