

«Der Preiskampf schadet der Bio-Branche»

Thun Nachdem bekannt wurde, dass der Bio-Supermarkt Vatter in Bern schliesst, stellt sich auch in Thun die Frage: Können kleine Bio-Läden gegen die Grossverteiler bestehen? Eine Filialleiterin warnt: «Der Preiskampf schadet der Bio-Branche.»

Gabriel Berger 27.01.2011



Auch in Thun bieten mehrere Biofachgeschäfte diverse Früchte-, Gemüsesorten und weitere Produkte mit dem Bio-Label zum Verkauf an. Die Grossverteiler sind wegen der meist tieferen Preise eine harte Konkurrenz. Bild: Patric Spahni

16 Prozent weniger Kundschaft und ein Umsatzrückgang von fast zwei Millionen Franken innerhalb von zwei Jahren – für Thomas Vatter, einen der Pioniere in Sachen Biofachgeschäfte war dies Grund genug, vor rund drei Wochen die Schliessung seines Bio-Supermarkts am Bärenplatz in Bern per Anfang April anzukündigen. Ausschlaggebend für den Entscheid war für Vatter die stets grösser werdende Konkurrenz im Bio-Bereich durch Grossverteiler wie Migros oder Coop, insbesondere in der Innenstadt.

«Traurig und schockiert»

Wie war die Reaktion in Thun, als man vom Aus des weit herum bekannten Vatter-Supermarkts vernahm? «Wir waren über die Nachricht schockiert und gleichzeitig traurig», sagt Marlene Feller, Geschäftsführerin des Oekoladens in Thun. Vatter habe vielen Bauern und Kleinbetrieben einen wertvollen Vertriebskanal ermöglicht.

Der in der Oberen Hauptgasse gelegene Oekoladen ist sowohl vom Sortiment als auch vom Standort her durchaus mit Vatters Supermarkt zu vergleichen. «Wir haben zwar weniger Laufkundschaft als in Bern, dafür einen höheren Kundenfranken», zählt Feller die Vor- und Nachteile auf. Im Gegensatz zu Vatter ist der Umsatz des Oekoladens in den letzten zwei Jahren aber nicht gesunken: «Die Geschäftszahlen haben in dieser Zeit stagniert, im letzten halben Jahr ging es sogar leicht aufwärts», hält Feller fest.

Umsätze steigen langsam

Ähnliche Werte wie der Oekoladen verzeichnet auch das Biofachgeschäft Egli, früher als Reformhaus bekannt. «Unser Umsatz ist in den vergangenen Jahren langsam gewachsen», sagt Hanspeter Bühler, Mitarbeiter bei Egli. Er führt dies auf die permanente Professionalisierung des Geschäfts zurück. Was das Aus von Vatter anbelangt, glaubt Bühler, dass diesem nebst der Konkurrenz durch Grossverteiler letztlich auch die hohen Mietpreise in der Berner Innenstadt zu schaffen machten. Es sei jedenfalls eine spezielle Leistung gewesen, «an dieser Lage ein Biofachgeschäft so lange derart erfolgreich zu betreiben», meint Bühler.

Seit bald einem Jahr führt Bio-Bauer Bernhänd Hänni aus Noflen seinen Bio-Stadthofladen beim Bahnhof Thun. Auch er sah das Aus von Vatters Supermarkt nicht kommen: «Die Meldung kam sehr überraschend, denn das ist der Bio-Laden schlechthin.» Hänni läuft es mit seinem Angebot vergleichsweise gut. Es gebe zwar sicher noch Luft nach oben, «aber der Umsatz deckt die Kosten für die Miete und erreicht daneben immer noch die Werte unseres frühen Marktstandes». Genaue Geschäftszahlen wollten weder Hänni noch Feller oder Bühler nennen.

Gefährlicher Preiskampf?

Wie sehr leiden die kleinen Biofachgeschäfte nun aber unter der Konkurrenz durch die grossen Lebensmittel-Läden? «Migros und Coop sind für uns und die Produzenten vor allem wegen des permanenten gegenseitigen Preiskampfs und des dadurch entstehenden Kostendrucks gefährlich», meint Marlene Feller vom Oekoladen. «Der Kampf schadet der Bio-Branche generell, da bezüglich der Qualität hin und wieder Kompromisse eingegangen werden», ist sich Feller sicher. Dieser Haltung widerspricht Nicolas Schmied, Mediensprecher bei Coop: «Nicht wir stellen die Rahmenbedingungen auf, sondern der Dachverband Bio Suisse. Jedes Produkt mit dem Knospen-Logo ist unabhängig zertifiziert und bezüglich der Bio-Kriterien nicht verwässert.» Das sieht auch der Leiter Kommunikation bei der Migros Genossenschaft Aare, Thomas Bornhauser, so: «Bio ist Bio. Die Kriterien bleiben auch bei grösserer industrieller Produktion gewährleistet.»

Mehrwert durch Fachwissen

Dass die Nähe zu den Bio-Produzenten bei den Grossverteilern vermehrt verloren geht, ist ein weiterer Punkt, den die Vertreter der kleinen Bioläden kritisieren. Thomas Bornhauser wehrt sich: «Bei uns fehlt zwar der direkte Kontakt zwischen Konsument und Produzent, aber die Migros selbst pflegt enge Kontakte zu ihren Produzenten.» Coop-Mediensprecher Nicolas Schmied betont zudem, dass auch die Grossverteiler «immer sowohl auf grosse als auch auf kleine Zulieferer angewiesen sind».

Die Biofachgeschäfte in Thun werden so oder so nicht umhinkommen, sich künftig stärker gegen Migros und Coop abzugrenzen. «Es ist nötig, dass wir unsere Qualitäten und den Mehrwert aus der Bio-Pionier-Tätigkeit noch besser kommunizieren», sagt Marlene Feller, Geschäftsführerin des Oekoladens. Hanspeter Bühler vom Biofachgeschäft Egli sieht diesen Mehrwert vor allem im fundierten Fachwissen, dem Service-Angebot und der grösseren Auswahl an Nischenprodukten. «Dennoch müssen wir darauf achten, dass unsere Preise nicht zu stark von denen der Grossverteiler abweichen», warnt Bühler.

Einen gewissen Vorteil gegenüber den Händlern hat diesbezüglich Bernhard Hänni, der als Direktproduzent keine Extra-Margen auf seinen Waren verrechnen muss. Stets neue Kunden zu gewinnen, sieht Hänni als grösste künftige Herausforderung. «Jene Kunden, die zu uns kommen, wissen das Angebot zu schätzen und sind dementsprechend treu.» (Thuner Tagblatt)

