

Appenzeller für Europa

Lidl Der deutsche Discounter ist ein wichtiger Exporteur von Schweizer Käse. Er nimmt seinen Lieferanten so das mühsame Auslandsgeschäft ab.

MADELEINE STÄHELI TOUALBIA

Die Lidl-Filiale im Industriegebiet von Konstanz ist gut besucht. Auch viele Wagen von Schweizer Einkaufstouristen stehen auf dem Parkplatz des Discounters. Sie werden angezogen von tiefen Preisen – und von Schweizer Qualität. Unter anderem führt Lidl in der Filiale Konstanz Appenzeller Käse. Produziert hat ihn der 125-Mann-Betrieb Hardegger Käse aus Jonschwil SG.

Schweizer Qualitätskäse vom KMU beim radikalen Billighändler in Deutschland? Was wenig plausibel klingt, ist für Lidl normal. Und das nicht nur in deutschen Filialen, sondern in ganz Europa. Lidl Schweiz exportierte im vergangenen Jahr rund 700 Tonnen – neben Deutschland nach Spanien, Grossbritannien, Österreich, Finnland, Schweden, Dänemark, Tschechien, Frankreich, den Niederlan-

den, Polen, Rumänien, Griechenland, Ungarn, Italien, Portugal, Slowenien, der Slowakei und Belgien. Verglichen mit 2012 hat sich Lidls Exportmenge dabei glatt verdoppelt. Gemessen an der Gesamtausfuhr von Käse von deutlich über 60 000 Tonnen ist Lidl zwar noch immer ein kleiner Fisch. Für den Zuwachs im letzten Jahr gilt das aber nicht. Der Discounter ist für fast 40 Prozent der zusätzlich exportierten Menge verantwortlich. Gemäss dem Milchmarktbericht des Bundesamtes für Landwirtschaft stieg der Käse-Export um 1,7 Prozent oder knapp 930 Tonnen.

10 000 Filialen, ein Exporteur

Reto Ruch, Geschäftsleitungsmitglied von Lidl Schweiz, sagt: «Wir bieten unseren Schweizer Lieferanten an, europaweit 10 000 Filialen zu beliefern. Und dies zu den gleichen Konditionen wie in der Schweiz.» Ein grosser Teil des Exportkäses

sei wohl nicht fest im Sortiment, sagt Matthias Queck, Detailhandelsexperte bei Planet Retail im deutschen Frankfurt. «Ein Grossteil des Käses wird wahrscheinlich in Aktionen verkauft.» Aber: «Mit Aktionen, also temporären Angeboten, können die

Harddiscounter eine Steigerung des Absatzes von 50 bis 100 Prozent erreichen.»

Die Rechnung geht dabei für beide Seiten auf. Zwar ist der Discounter bekannt dafür, sich und den Lieferanten nur geringe Margen zuzugestehen. Aber: «Für Exotik, also für nicht landesübliche Produkte, kann Lidl durchaus mal Preisauflagen von bis zu 100 Prozent verlangen», sagt Detailhandelsexperte Queck. Der Appenzeller Käse von Hardegger kostet in Dänemark, Polen oder Ungarn in Franken umgerechnet etwa gleich viel wie in der Schweiz.

Zu tiefe Preise sind denn auch kein Thema bei den hiesigen Lidl-Lieferanten. Patrick Fuchs von der gleichnamigen Familienmolkerei in Rorschach SG jedenfalls ist zufrieden mit dem, was ihm der Discounter zahlt. Produzenten bestätigen zudem, dass Lidl für die Produkte, welche in Schweizer Filialen verkauft werden, gleich viel bezahle wie für Artikel, die er exportiert.

Vom Thurgau nach Polen

Die Ausfuhr von Lidl aus der Schweiz sieht KMU-Unternehmer Fuchs positiv: «Der Export via Lidl hat für kleine Produzenten den Vorteil, dass sie sich nicht selbst Absatzmärkte erschliessen müssen. Das kann sehr aufwendig sein.» Sein Unternehmen verkauft Butter an die Schweizer Filialen. «Wir sind interessiert, unsere Produkte auch an die Lidl-Filialen im Ausland zu liefern. Schweizer Butter ist jedoch momentan im Ausland aufgrund des Preises nicht konkurrenzfähig.» Klar ist aber für Fuchs: «Lidl bietet durch sein eigenes Wachstum (siehe Kasten) auch seinen Lieferanten die Möglichkeit zu wachsen.» Hardegger-Geschäftsführer Josef Hardegger ergänzt: «Wir exportieren 70 Prozent unserer Produkte über Plattformen wie jene von Lidl oder direkt an den Einzelhandel. Wir wollen ein gesundes Verhältnis behalten.»

Umschlagplatz für den Exporthandel von Lidl ist das bisher einzige Verteilzentrum des Discounters. Es steht am Hauptsitz der Schweizer Filiale im thurgauischen Weinfelden. Den internationalen Einkauf tätigt die Konzernzentrale in der deutschen Kleinstadt Neckarsulm. Sie liegt rund 100 Kilometer nördlich von Stuttgart in Baden-Württemberg.

Lidl hat das Verteilzentrum in Weinfelden, das ursprünglich sechs Fussballfelder oder 39 000 Quadratmeter umfasste, um 5000 Quadratmeter erweitert und baut in Sévaz FR ein zweites. «Unsere Schweizer Lieferanten können von unserem Logistiknetzwerk profitieren und viele europäische Länder beliefern», sagt Lidl-Einkaufschef Ruch. «Sie exportieren nicht nur Käse, sondern auch Schweizer Schokolade, Schweizer Joghurt, Schweizer Bonbons oder Schweizer Rösti.» Swissness lasse sich in

Den Käse-Export wickelt Lidl über sein Verteilzentrum am Schweizer Sitz in Weinfelden ab.

der Europäischen Union gut verkaufen, sagt Detailhandelsexperte Queck. «Das müssen nicht die üblichen Klischeeprodukte wie Schoggi und Käse sein, sondern da darf auch mal eine Hautcreme mit dem Schweizerkreuz als Gütesiegel im Regal stehen.»

Lidl betreibt in der Schweiz rund 90 Filialen. «Ich gehe davon aus, dass Lidl die geplanten 200 bis 250 Filialen bauen wird», sagt der Schweizer Branchenkenner Gotthard F. Wangler. Der Export gehört zwar nicht zum Kerngeschäft, auch nicht bei Lidl Schweiz. Aber er trägt zur Festigung der Marktposition bei. «Lidl rühmt sich mit Internationalität. Wenn der Markt klein ist, nutzt der Discounter den Export, um eine gewisse Absatzmenge zu erreichen», so Experte Queck.



Punktet in ganz Europa mit Schweizer Käse: Discounter Lidl.

ANZEIGE



SUNRISE



Das unabhängige Fachmagazin «connect» bestätigt:
Sunrise hat das beste Mobilnetz für Telefonie in Stadt und Umland.
Überzeuge dich selbst auf sunrise.ch/connect

LIDL

Europäischer Handelsriese

Gründung Der Discounter Lidl wurde 1973 gegründet und gehört heute zum grössten deutschen Handelskonzern, der Schwarz-Gruppe. Im vergangenen Jahr hat sie den bisherigen Dominator Metro beim Umsatz überholt. Während die Verkäufe der Metro-Gruppe – zu der neben den gleichnamigen Grossmärkten auch die Elektronikketten Media Markt und Saturn sowie die Real-Supermärkte und die Kaufhof-Warenhäuser gehören – 65 Milliarden Euro erreichten, setzte die Schwarz-Gruppe 67,6 Milliarden Euro um. Allerdings nicht nur mit Lidl, sondern einschliesslich der höher positionierten Kaufland-Supermärkte.

Familienunternehmen Die Schwarz-Gruppe ist gemäss dem deutschen KMU-Magazin «Wirtschaftsblatt» das grösste Familienunternehmen Deutschlands – vor dem Werkzeughersteller Bosch und den Unternehmen der Gebrüder Albrecht. Ihnen

gehören die Lidl-Konkurrenten Aldi Nord und Süd. Hinter der Schwarz-Gruppe steht der 74-jährige Dieter Schwarz. Er kontrolliert sein Unternehmen über eine Stiftung, die wiederum 99,9 Prozent der Anteile an der Schwarz Beteiligungs GmbH hält. Aber auch die restlichen 0,1 Prozent sind in seiner Hand, über die Kommanditgesellschaft Schwarz Unternehmenstreuhand. Diese allerdings verfügt über 100 Prozent der Stimmrechte in der Gruppe. Oberster Sitz des Konstrukts ist Neckarsulm bei Heilbronn in Baden-Württemberg.

Läden Zur Gruppe gehören über 10 000 Filialen, darunter rund 90 Läden in der Schweiz und 3200 in Deutschland. Lidl ist in fast jedem Land Europas vertreten und plant die Expansion in die USA. Nächstes Jahr sollen an der Ostküste 100 neue Filialen eröffnet werden, so der Plan. Lidl investiert dafür rund 500 Millionen Euro. (spm)

Alles für deinen Tag. **Sunrise**