



03.05.2019, 13:43 Uhr

Preiskampf gegen Beiersdorf

Was bringt der Nivea-Boykott den Migros-Kunden?

Julia Fritsche

Die Migros ist weiter in Streitlaune. Jetzt gehts gegen Nivea-Produzenten Beiersdorf. 19 Haarpflege-Produkte nimmt der orange Riese aus den Regalen (BLICK berichtete). Was noch an Lager ist, wird mit 50 Prozent Rabatt verramscht.

Was brachte die Migros derart auf die Palme? «Die international tätige Beiersdorf AG verlangt von uns Einkaufspreise, die zum Teil deutlich über dem Verkaufspreis im Ausland liegen», begründet die Detailhändlerin via Twitter ihre Aktion.

Bei den aufgelisteten Produkten sei die Differenz zum Verkaufspreis im Ausland etwa beim deutschen Drogeriekonzern DM und dem verlangten Einkaufspreis besonders hoch, erklärt Migros-Sprecherin Cristina Maurer Frank auf BLICK-Nachfrage. Zum Teil betrage der Unterschied über 30 Prozent. «Bei den Haarpflege-Produkten rechnet es sich für uns einfach nicht mehr, wenn wir zu diesen Konditionen einkaufen müssen.»

Mars-Boykott läuft immer noch

Immerhin: Vom Boykott ist nur ein kleiner Teil der rund 300 Beiersdorf-Produkte im Sortiment der Detailhändlerin betroffen. Ausweichen können die Kunden auf Eigenmarken oder auch auf die Tochter Denner. Denn diese schliesst sich dem Nivea-Boykott anders als demjenigen gegen Mars nicht an.

Momentan sitzt die Migros mit ihren grössten Lieferanten zusammen, um über die Einkaufskonditionen zu verhandeln. Grösstenteils verlaufen diese Gespräche «sehr konstruktiv», so die Sprecherin. Ausnahmen sind aber offenbar Beiersdorf und auch Mars. Auch nach über zwei Monaten hat sich die Migros mit dem US-Produzenten von Snickers und Co. nicht geeinigt. Kunden merkten davon aber nichts, versicherte die Migros-Sprecherin. Greift die Detailhändlerin doch zu Parallelimporten, um allfällige Lücken im Regal zu überbrücken.

An Nivea kommt auch die Migros nicht vorbei

Es sei eine neue Entwicklung, dass Detailhändler die Verhandlungen mit Lieferanten an die Öffentlichkeit tragen, sagt Detailhandelsexperte **Gotthard Wangler** (71) zu BLICK. «Gleich bleibt aber, dass es den Unternehmen um die Marge geht. Alles andere ist PR-Geschwätz.»

Als sich im vergangenen Jahr Coop mit Nestlé anlegte, war das nicht weiter erstaunlich. Schliesslich besteht die Hälfte des Coop-Sortiments aus Markenartikeln. Die Abhängigkeit von den Lieferanten und ihren Preisen ist entsprechend hoch. Anders die Migros: Vier von fünf Produkten in ihren Regalen stammen von Eigenmarken.

Ja, die Migros habe mehr Eigenmarken im Angebot, so der **Detailhandelsexperte Wangler**. «Aber an gewissen Produkten – wie eben auch an Nivea – kommt sie trotzdem nicht vorbei.» Und: «Daher habe ich Verständnis, dass die Migros den Druck erhöht und die Verhandlungen mit Beiersdorf an die Öffentlichkeit bringt.»

Experte wenig zuversichtlich

Doch profitieren am Ende auch die Kunden? **Der Experte** zweifelt: «Gut möglich, dass am Ende Beiersdorf die Preise etwas senkt und die Migros eine leicht bessere Marge erhält. Aber dass die Kunden nachhaltig profitieren, das glaube ich nicht.» Genau das wäre aber entscheidend, wenn die Migros von fairen Preisen für die Kunden spreche.

Beiersdorf hält sich unterdessen bedeckt. Momentan befinde man sich im Jahresgespräch mit der Migros. Diese würden alljährlich routinemässig stattfinden. «Grundsätzlich äussern wir uns zu deren Verlauf nicht», so eine Sprecherin. Einen kleinen Seitenhieb gegen die Migros lässt sich Beiersdorf nicht nehmen: «Die Verkaufspreise in der Schweiz liegen grundsätzlich in der Hoheit des Handels.»
