

Der Landbote

13. Juli 2010

WIRTSCHAFT

Für die Konkurrenz ist Coop ein Grossmaul

Coop senkt wegen der Euroschwäche die Preise von weiteren 150 Produkten. Die anderen Detailhändler nehmen es mit leichter Verärgerung zur Kenntnis.



ZÜRICH – Es geht um Waren wie tiefgekühlte Fische und halb gebackene Baguettes. «Aufgrund der anhaltenden Euroschwäche führen wir eine weitere Preissenkungsrunde durch», kündigte Coop gestern via Medienmitteilung an. 150 Produkte würden durchschnittlich 10 Prozent günstiger. Schon vor gut einem Monat hatte der Detailhandelskonzern rund 50 Artikel verbilligt und dies mit dem tiefen Eurokurs begründet. «Bei beiden Preisrunden geht es um Waren, die Coop direkt im Euroraum einkauft», sagt Sprecherin Sabine Vulic.

200 Produkte klingen auf den ersten Blick nach viel. Insgesamt umfasst das Sortiment von Coop aber 40 000 Artikel. «Bei den verbilligten Produkten handelt es sich um solche des täglichen Bedarfs», sagt Vulic. Es gehe nicht um selten Verkaufte wie Biosenf.

«Der Preisabschlag scheint mir sehr aussergewöhnlich», sagt denn auch Detailhandelsexperte Gotthard F. Wangler. Coop mache dies aber nicht aus Goodwill. Der Euro sei nun mal auf einem äusserst tiefen Niveau. «Ich gehe deshalb davon aus, dass insbesondere die Migros nachziehen wird.» Einmal mehr habe aber Coop mit der Ankündigung an der Marketingfront gewonnen – wie schon Ende 2008, als das Unternehmen die Konkurrenz mit einer Preissenkung auf rund 600 Produkte überrumpelt habe.

«Wir sammeln nicht»

Die Konkurrenz widerspricht. «Wir sammeln nicht 150 Produkte und gehen dann an die Öffentlichkeit», sagt Migros-Sprecher Urs Peter Naef. «Wir senken die Preise

permanent.» Und dies auch wegen des Euros: So seien die Preise von Artikeln wie Wasser, Teigwaren und Käse um 5 bis 30 Prozent gesenkt worden. Naef relativiert aber: «Wir importieren relativ wenig aus dem Euroraum, sondern stellen viele Produkte in der Schweiz her.» Da spiele der Euro keine Rolle. Ausserdem seien die Rohstoff- und Energiepreise für den Ladenpreis mindestens so wichtig wie der Eurokurs.

Ähnlich tönt es bei Volg. «Der Euro ist seit einiger Zeit ein Thema», sagt Sprecher Reinhard Wolfensberger. Und grundsätzlich würden Preissenkungen, welche die Hersteller gewähren, weitergegeben – was auch schon geschehen sei. Weil Volg aber fast keine Waren direkt importiere, sei der Effekt klein. Die Zwischenhändler würden in Franken bezahlt. «Mit ihnen sind wir dauernd im Gespräch.»

Auch die Discounter nehmen die Ankündigung von Coop gelassen. «Wir sehen keinen unmittelbaren Bedarf, unsere Preise anzupassen», sagt Anita Daepfen von Denner. Das Unternehmen habe in den letzten Monaten die Preise von 190 Artikel abgeschlagen. «Der Eurokurs war einer der Gründe dafür.» Gleich tönt es bei Aldi und Lidl. Wir haben 150 Preise reduziert, sagt Aldi-Sprecher Sven Bradke. Bei Lidl waren es 120. «Der Umfang unserer Preissenkungen machen rund 8 Prozent unseres Sortiments aus.»

Was, wenn die Preise steigen?

Ist Coop also ein Grossmaul, das übliche Rabatte an die grosse Glocke hängt? Kein Sprecher will das gesagt haben. Hinter vorgehaltener Hand äussert sich einer trotzdem so: «Teilt es uns Coop auch mit, wenn der Euro wieder steigt und die Preise erhöht werden müssen?»RETO WÄCKERLI