



Tages-Anzeiger  
8021 Zürich  
044/ 248 44 11  
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 173'877  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

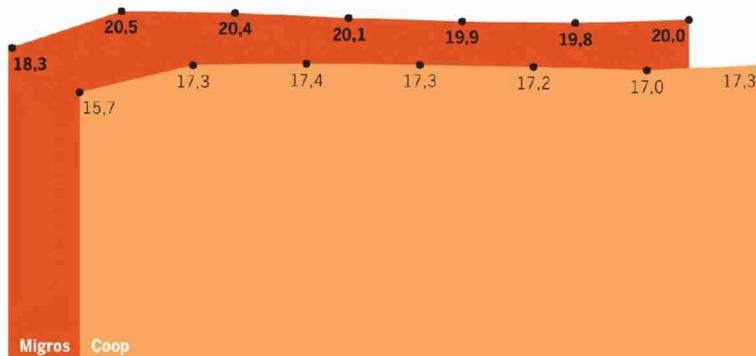
Themen-Nr.: 375.018  
Abo-Nr.: 1053061  
Seite: 41  
Fläche: 78'853 mm<sup>2</sup>

# Experiment gelungen, Risiken bleiben

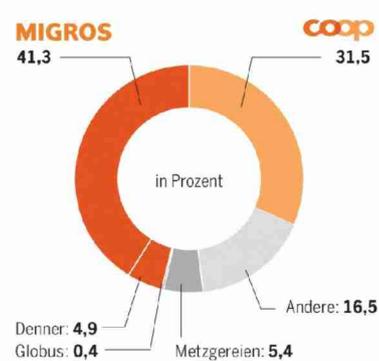
Die Auflagen gegen die Migros wegen der Denner-Übernahme laufen nächste Woche aus. Im besten Fall verschärft sich danach der Preiskampf unter den Discountern.

## Coop und Migros im Vergleich

Marktanteile am Schweizer Detailhandel 2007–2013, in Prozent



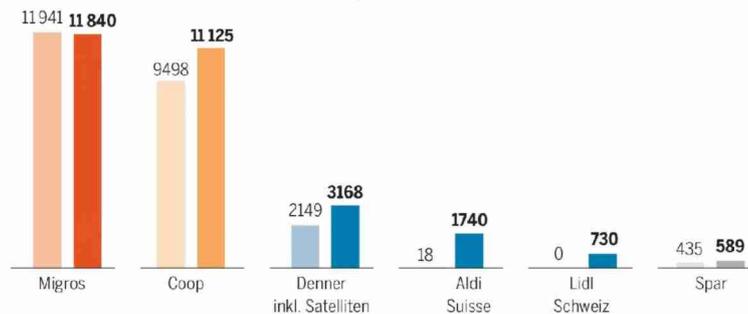
Fleischumsatz im Detailhandel 2013



Marktanteil Discounter 2013



Gesamtumsätze im Lebensmittel-Detailhandel, in Mio. Fr. 2005 2013



Umsätze der Discounter 2007–2013, in Mio. Fr.



Übernahmen von Migros und Coop



TA-Grafik/Quelle: GfK (Detailhandel Schweiz), Proviande

Tages-Anzeiger  
8021 Zürich  
044/ 248 44 11  
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 173'877  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich



Themen-Nr.: 375.018  
Abo-Nr.: 1053061  
Seite: 41  
Fläche: 78'853 mm<sup>2</sup>

## Matthias Pfander

Was passiert nach dem 3. September 2014? Diese Frage sorgt im Schweizer Detailhandel und bei dessen Zulieferbetrieben für Diskussionsstoff. Denn an diesem Datum enden die Auflagen, die der Migros bei der Übernahme von Denner im Jahr 2007 von der Wettbewerbskommission auferlegt wurden, wie die Behörde auf Anfrage bestätigt.

Der bedeutendste Deal der Branche war einschneidend für den Schweizer Detailhandel, die Ausgangslage speziell. Zuvor hatten Migros und Coop ihre Marktstellungen ausgebaut. Der deutsche Discounter Aldi hatte bereits begonnen, ein Filialnetz aufzubauen, und Lidl diesen Schritt zumindest angekündigt. Die Debatte damals: Wie kann dem Duopol Coop und Migros noch etwas entgegengesetzt werden? Wie mehr Wettbewerb und Druck auf die Preise erreicht werden?

Besonders extrem zeigt sich diese Marktkonzentration beim Fleisch. Coop und Migros sowie die zur Migros gehörenden Firmen Denner und Globus halten zusammen einen Marktanteil von 78 Prozent im Detailhandel. Die Metzgereien kommen gerade noch auf 5,4 Prozent des Umsatzes. Wohl gemerkt stehen auch die beiden grössten Fleischverarbeiter im Einflussbereich der grossen Detailhändler. Coop hält die Mehrheit bei Bell, und Micarna ist ein Unternehmen der Migros-Industrie. «Der Druck auf Preise und Konditionen ist hoch, für die Bauern hat die zunehmende Konzentration daher auch negative Folgen. Wir gehen davon aus, dass die Konzentration nun weiter zunimmt», befürchtet Martin Rufer vom Schweizerischen Bauernverband. Die beiden deutschen Discounter Aldi und Lidl seien zwar eine gewisse Alternative. «Volumenmässig ist das aber eher bescheiden», sagt Rufer.

### Wirkung und Folgen umstritten

Die Vereinigung der Markenartikelhersteller, Promarca, äussert sich ebenfalls kritisch zur Entwicklung seit der Denner-Übernahme und der Dominanz von Coop und Migros: «Der Markt hat sich nicht gross verändert», sagt Geschäftsführerin Anastasia Li. Aldi und Lidl seien für Markenartikelhersteller bis

jetzt keine Alternative, um am Duopol von Coop und Migros vorbeizukommen. «Eigentlich müssten die Auflagen weitergeführt werden, da das Ziel der Auflagen nicht erreicht wurde», so Li.

Der Verband liess von der Fachhochschule ZHAW eine Studie verfertigen, mit der die Abhängigkeit der Markenhersteller von den Absatzkanälen untersucht wurde. Das Ergebnis: «Viele Markenartikelhersteller sind von einer der beiden Detailhandelsgruppen in kartellrechtlich relevantem Umfang abhängig.» Mit dieser im Juni präsentierten Studie versucht Promarca, sich bei der Weko Gehör zu verschaffen.

Zwei Ziele verfolgten die Wettbewerbswächter mit den Auflagen bei der Denner-Übernahme massgeblich: Den deutschen Discountern Aldi und Lidl sollte der Markteintritt in der Schweiz erleichtert werden, damit mehr Wettbewerb entsteht, und Zulieferfirmen von Denner sollten vor einem existenzbedrohenden Rauswurf aus dem Sortiment geschützt werden. Welche Wirkung die Auflagen der Weko in den vergangenen sieben Jahren erzielen konnten und welche Dynamik sich nun entfalten wird, ist umstritten, wie die Befragung unter Branchenvertretern zeigt.

Im Gemüse- und Fruchtehandel fand in den letzten sieben Jahren bereits ein tief greifender Strukturwandel statt. «Heute läuft der Handel viel direkter mit weniger Zwischenstufen», sagt Marc Wermelinger vom Verband Swisscofel. Inwieweit die Veränderungen im Detailhandel diesen Prozess beschleunigten, sei schwierig abzuschätzen.

Keine unmittelbaren Folgen durch den Wegfall der Weko-Auflagen erwarten Schweizer Markenhersteller wie Ragusa-Produzent Camille Bloch oder Chips-Produzent Zweifel. Bei Emmi heisst es, die Verschiebungen im Milchprodukte-Portfolio von Denner habe bereits in den ersten Jahren nach dem Zusammenschluss stattgefunden. «Davon waren wir in beträchtlichem Masse betroffen. Nach wie vor unterhalten wir aber gute Kundenbeziehungen zu Denner und Migros.»

### Migros und Denner zugeknöpft

Die Konzentration im Detailhandel beschleunigte sich bereits 1997, als die Migros die Globus-Gruppe übernahm. Mit dabei neben den Globus-Warenhäusern das Einrichtungshaus Interio und der Bürobedarfsanbieter Office World.

Fünf Jahre später stand Coop im Fokus mit dem Kauf der EPA im August 2002. Weniger als ein Jahr später die nächste Übernahme: Waro. Alle diese Deals landeten bei der Wettbewerbskommission. Sie nickte alle ab. Erst bei der Übernahme von Denner durch die Migros und als Coop die Carrefour-Standorte übernahm, sprach sie Auflagen aus.

Laut Zahlen der Marktforschungsfirma GfK hat sich der Markt seither etwa so entwickelt, wie es sich die Weko vorstellte. Die Marktanteile von Coop und Migros im Schweizer Detailhandel stagnierten in den letzten Jahren. Der Anteil von Denner nahm geringfügig zu, während die noch jungen Konkurrenten Aldi und Lidl in forschem Tempo ausbauten. Hinzu kam ein unerwarteter Faktor: Der Einkaufstourismus wurde durch den starken Franken und das Preisgefälle angetrieben und sorgte für zusätzlichen Druck auf die inländischen Anbieter.

Wie Migros und Denner sich verhalten werden, wenn die Auflagen nun auslaufen, ist noch nicht absehbar. Die beiden Unternehmen wollten sich nicht näher zur Frage äussern, wie sie die neuen Freiheiten nutzen wollen. Beim Discounter heisst es auf Anfrage lediglich: «Denner bleibt ein eigenständiges Unternehmen, als Tochterfirma innerhalb der Migros-Gruppe. Selbstverständlich werden wir allfällige Synergien prüfen.»

Gerüchtehalber hiess es bereits einmal, Denner werde nach Ablauf der Weko-Auflagen ans Cumulus-System angebunden. In den Bestimmungen der Weko war dieser Schritt ausdrücklich verboten. Doch offenbar gibt es keine Pläne dafür: «Ein aufwendiges Kundenbindungsprogramm entspricht nicht den Grundsätzen eines Discounters. Ein Anschluss an Cumulus ist daher kein Thema», nimmt Denner Stellung.

Manfred Bruhn, Professor für Marketing und Unternehmensführung an der

Datum: 30.08.2014

# Tages-Anzeiger



Tages-Anzeiger  
8021 Zürich  
044/ 248 44 11  
www.tagesanzeiger.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 173'877  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 375.018  
Abo-Nr.: 1053061  
Seite: 41  
Fläche: 78'853 mm<sup>2</sup>

Universität Basel, bezweifelte im Herbst 2007, dass die Weko-Massnahmen bei der Denner-Übernahme etwas nützen würden. Heute lobt er die Umsetzung: «Da gibt es nichts zu meckern.» Er geht davon aus, dass sich der Detailhandel künftig stärker polarisieren wird und die Discounter dabei Marktanteile gewinnen werden. «Die Migros muss nun ein Mittel finden, um mit Denner gegen Aldi und Lidl bestehen zu können. Sie wirkt bis jetzt hilflos. Ich erwarte, dass der Preiskampf unter den Discountern sich verschärfen wird», sagt Bruhn. Trifft seine Prognose für die Zeit nach dem 3. September zu, kann den Konsumenten diese Entwicklung recht sein.