

«Migros-Chefs denken an Kunden vorbei»

Markenartikel verdrängen in der Migros zunehmend günstigere Eigenmarken. Darüber hat der K-Tipp in der letzten Ausgabe berichtet. Viele Leser sind empört.

Leserin Anneliese Moser (Name geändert) schreibt dem K-Tipp: «Was soll ich mit der teuren Toblerone, wenn doch die Mahony günstiger ist und erst noch besser schmeckt?» Auch Andreas Schmidt aus Roggwil BE schreibt: «Ich finde es bedauerlich, dass die Migros teure Markenprodukte priorisiert.» Théo Buff aus St. Gallen, einst Lehrling bei der Migros, beklagt: «In kleineren Filialen sind die Eigenmarken-Artikel oft nicht mehr vorhanden.» Und Isabella Heer aus Winterthur ZH stellt resigniert fest: «Die Migros-Führung ist offenbar von der üblichen Globalisierungssclique übernommen worden.»

Der K-Tipp hatte in der letzten Ausgabe das Sortiment von 100 Migros-Filialen in allen Landesge-

genden durchforstet und die Verfügbarkeit vergleichbarer Produkte geprüft (K-Tipp 4/2022). Dabei zeigte sich etwa: Das Frühstücksgetränk Caotina war in 96 Filialen erhältlich, das günstigere migroseigene Califora nur in 72. Das Heinz-Ketchup gab es in 97 Filialen, das M-Classic-Ketchup nur in 28 Läden.

Kein Wunder, dass Leser wie Marco Brügger aus Glattfelden ZH schreiben: «Irgendwann werde ich keinen Grund mehr haben, in die Migros zu gehen.» Denn: «Die deutschen Discounter machen es mit ihren hervorragenden Eigenmarken besser. Die Migros schafft sich so selber ab.» Für Karin Thalmann aus Winterthur ZH ist klar: «Ich gehe jetzt vermehrt zu Aldi und Lidl.»

Viele Eigenmarken waren plötzlich weg

Leser bedauern, dass die Migros viele Eigenmarkenprodukte klammheimlich aus den Regalen genommen hat: Die Sunlux-Leuchtmittel etwa, die Blox-Schokoladeriegel, die Bellena-Kosmetikprodukte oder die Delizio-

Teekapseln. Manche Eigenmarken existieren zwar noch, wurden aber ausgedünnt: So gibt es durchaus noch Eimalzin-Produkte. Aber die Eimalzin-Schokoladetafel ist verschwunden – zugunsten der teureren Ovomaltine-Schokolade.

Auch auf der Migros-Plattform Migipedia.ch ist der Unmut der Kunden gross. Das Forum vereint zwar viele Migros-Fans. Aber die Kritik ist deutlich: «Die Migros-Chefs denken an den Kunden vorbei», schreibt ein Migipedia-Benutzer. Oder: «Immer wieder neue Produkte in die Regale stellen. Muss das sein?» Oder: «Alnatura, Lindt, Ragusa und Ovomaltine verdrängen bewährte Migros-Klassiker.»

Die Migros sagt zur Kritik der Kunden, sie wolle «die Auswahl auffrischen», schaffe «Platz für Neuheiten und Trends» und passe sich «den neusten Bedürfnissen» an. Doch die Kunden vermuten, die Migros wolle mit teureren Markenprodukten den Umsatz steigern. Ein enttäuschter Kunde schreibt: «Die Migros ist Schweizer Meisterin der faulen Ausreden.» Marco Diener



Hersteller Kelly's, Wien: Chips landen im Markenprogramm sowie in den Eigenmarken von Lidl, Coop und Aldi

Ein Produzent lassen Hersteller

Hinter vielen günstigen Lebensmitteln stecken Hersteller bekannter, teurerer Marken. Doch die Kunden erfahren meist nicht, woher die Produkte stammen.

Wer bei Lidl Pommes-Chips kauft, kann zwischen den Chips der Marke Chio und denjenigen der Lidl-Marke Snack-Day wählen. Was die Konsumenten nicht erfahren: Beide Produkte stammen vom gleichen Hersteller – nämlich Kelly's in Wien. Die Eigenmarken-Chips sind weniger salzig. Und vor allem: Sie kosten nur gut halb so viel wie die Chio-Chips.

Auch Aldi und Coop führen Chips von Kelly's: Coop in der Billiglinie Prix Garantie, Aldi unter dem

Namen Snack-Fun. Den Eigenmarken-Chips ist gemeinsam: Der Name des Herstellers ist nicht aufgedruckt. Zutatenliste, Nährwertabelle und Datumstempel verraten aber, dass die Chips den gleichen Hersteller haben.

Kein Interesse an Transparenz

Pommes-Chips sind kein Einzelfall: Die Cornflakes der Volg-Billiglinie Familienpreis stammen von Kentaur in Lützelflüh BE. Ebenso diejenigen von



Ärgern sich über die Migros: K-Tipp-Leser Andreas Schmidt, Karin Thalmann, Théo Buff



DOMINIQUE SCHÜTZ



Produkt Chio

LIDL NUSKO

ent, vier Chips-Produkte: So teller die Kunden im Unklaren

M-Budget, von Prix Garantie und von Denner.

Die Detailhändler sind wie die Markenhersteller nicht an Transparenz interessiert. Denn laut dem deutschen Markendetektiv Stefan Duphorn, der die Website Wer-zu-wem.de betreibt, sind die Gewinnmargen auf Markenprodukten deutlich höher als auf Produkten der Eigenmarken und Billiglinien. Die Kunden sollen daher nicht merken, dass auch günstigere Lebensmittel von den gleichen Markenherstellern stammen.

So verbergen die Detailhändler die Herkunft von Eigenmarkenprodukten:

■ **Denner** druckt den Hersteller auf den Verpackungen der Eigenmarke nie

auf – «aus konkurrenztechnischen Überlegungen», wie Denner schreibt.

■ Die **Migros** gibt den Hersteller mal an, mal nicht. Aufgedruckt ist er häufiger auf edleren Eigenmarken wie Candida, seltener auf M-Classic- und praktisch nie auf M-Budget-Produkten. Zudem steht auf immer mehr Artikeln nur noch «Migros-Industrie» statt etwa Biskuitfabrik Midor in Meilen ZH oder Kaffeerösterei Delica in Birsfelden BL.

■ Auch **Coop** gibt den Hersteller auf Produkten der Billiglinie meist nicht an.

■ **Volg** ist am transparentesten. Doch gegenwärtig werden neue Verpackungen für die Eigenmarke Volg und für die Billiglinie

Familienpreis eingeführt. Damit verschwinden die Herstellerangaben. Vorteil laut Volg: Bei einem Lieferantenwechsel müssten die Verpackungen nicht geändert werden. Nachteil für die Kunden: Sie erfahren in Zukunft nicht mehr, dass die Süssgetränke von Ramseier in Sursee LU oder die Teigwaren von Simona in Quartino TI stammen.

■ **Aldi** und **Lidl** drucken den Namen der Hersteller nur auf einen Teil ihrer Produkte. Manche Angaben sind zudem irreführend, weil einige Lieferanten anonym bleiben wollen. So steht etwa auf dem Kaffeeahm als Hersteller Mopro in Luzern. Doch der Produzent ist Emmi in Os-

termundigen BE. Mopro ist eine Emmi-Tochter. Damit soll kaschiert werden, dass

eigentlich Emmi die beiden Discounter beliefert.

Marco Diener

Lebensmittel: So findet man heraus, wer der Hersteller ist

■ Lebensmittel tierischer Herkunft lassen sich anhand der Bewilligungsnummer ermitteln. Dazu einfach den Code googeln. Beispiel: «CH2434» enthüllt, dass die Migros-Molkeerei Elsa in Estavayer FR die Prix-Garantie-Milch für Coop produziert.

■ Stempel mit Produktionsdatum und -los, die genau gleich aussehen, deuten darauf

hin, dass unterschiedliche Produkte aus dem gleichen Werk stammen.

■ Hinweise auf den Hersteller finden sich zum Teil auf den Produkten selber: So sind die Tafeln der M-Budget-Schokolade mit dem gleichen Muster geprägt wie die teureren Tafeln. Sie stammen von Chocolat Frey in Buchs AG.