

## Deutsche Schnitzel im Discounter

**Schweine** Mehrere große Supermarktketten setzen auf eine Produktion, die ausschließlich hierzulande stattfindet

**Berlin.** Wer gerne Schweinefleisch isst, wird im kommenden Jahr vermehrt Tiere aus Deutschland auf dem Teller liegen haben. Die Riesen im Lebensmittelhandel führen die „5D“-Regel ein.

**5D: Was ist das?** 5D bedeutet, dass jeder Schritt der Wertschöpfungskette in Deutschland erfolgen muss: Von der Geburt über Aufzucht, Mast, Schlachtung bis zur Zerlegung und Verarbeitung muss jeder Produktionsschritt hierzulande stattfinden. Schweinefleisch aus dem Ausland wird bei Händlern mit 5D nicht mehr im Regal liegen. Schon bisher erlauben Lidl und Aldi nur die Ferkelgeburt im Ausland, allerdings müssen die Tiere dann nach Deutschland transportiert werden. Kennzeichnungen, die Informationen über die Haltungsform geben, gibt es bislang nur bei Frischfleisch. Lidl wird 5D auch bei Wurst anwenden.

**Ab wann gilt 5D in welchen Läden?** Rewe und Penny haben im August versprochen, dass vom kommenden Sommer an 95 Prozent des Schweinefleisch-Sortiments aus Deutschland stammen. Aldi und Lidl sind nun in dieser Woche nachgezogen. Aldi will bis zum vierten Quartal des kommenden Jahres, also ab Oktober, 5D einführen. Lidl ist besonders ambitioniert: Bereits zum Jahreswechsel will der Discounter aus Neckarsulm den Prozess beginnen, Ende März soll dann nur noch deutsches Schweinefleisch in den Regalen liegen.

**Bedeutet 5D Bio-Qualität?** Nein. Es fördert die Regionalität im weiteren Sinn und hilft damit dem Klima. Das Tierwohl wird indirekt auch gefördert, weil in Deutschland strengere Vorschriften bei der Nutztierhaltung gelten als in vielen europäischen Ländern, vor allem im Vergleich zu Osteuropa. Das Fleisch wird allerdings weiterhin konventionell produziert, wenn nicht anders angegeben.

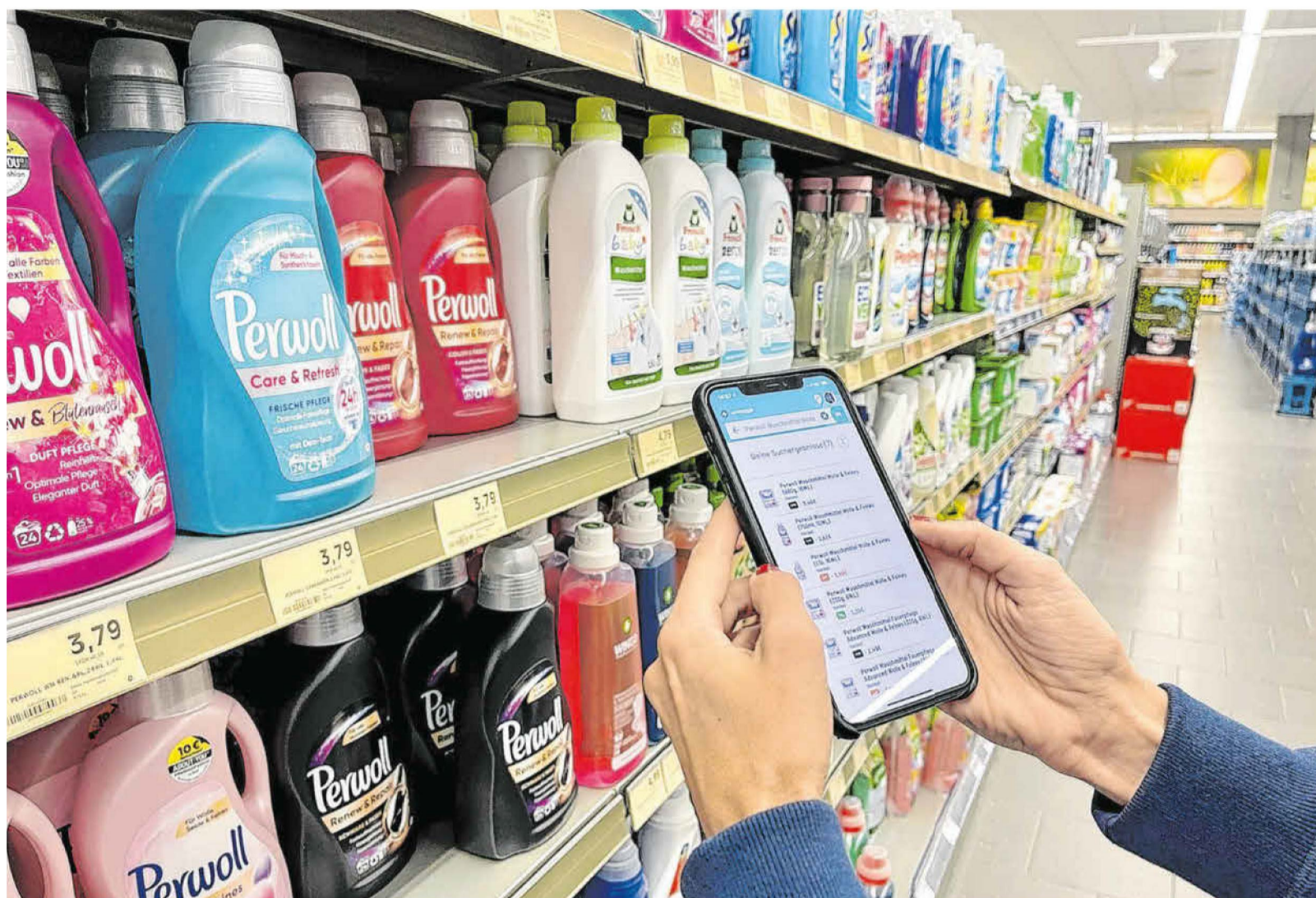
**Wird das Fleisch jetzt teurer?** Das ist noch offen. Wenn das billigere Import-Fleisch vom Markt verdrängt wird, stärkt das in der Theorie zwar die Verhandlungssituation der Bauern. Doch die Marktmacht der Discounter ist enorm – genau wie deren Preiskampf untereinander. *Dominik Guggemos*

**Kommentar**



FOTO: MOHSEN ASSANMOGHADDAM/DPA

Von Geburt an muss ein Schwein künftig in Deutschland leben.



Wieviel kostet Perwoll in welchem Laden? Die Preisvergleichs-App „smhaggle“ hilft beim Vergleich.

Foto: my-valueshopping GmbH

# Sparen mit dem Smartphone

**Handel** Die App „smhaggle“ hilft, beim Einkauf Lebensmittelpreise zu vergleichen. Verbraucherschützer sehen solche Angebote skeptisch. *Von Caroline Strang*

Die Zahlen sind beeindruckend und sollen noch viel weiter steigen. Preise von 360 000 Produkten hat die App gespeichert, die zehn größten Händler, darunter Aldi, Lidl, Rewe, Edeka und Kaufland sind vertreten. „Wir decken 80 Prozent des gesamten Lebensmittel-einzelhandels ab“, sagt Sven Reuter. Der Chef von my-valueshopping GmbH aus dem hessischen Idstein gerät geradezu ins Schwärmen, wenn er den Erfolg seiner Preisvergleichs-App smhaggle beschreibt.

Nachdem er und sein Team von der Idee bis zur Veröffentlichung fünf Jahre lang getüftelt hatten, wurde die App nach einer einjährigen Testphase nun seit diesem Sommer beworben. Der Erfolg: bisher 28 000 Nutzer, Tendenz steigend. Sven Reuter spricht von einem exponentiellen Wachstum, die Kurve gehe steil nach oben. In zwei Monaten will das Team aus derzeit 18 Mitarbeitern die 100 000er Grenze schaffen, im nächsten halben Jahr sollen eine Million Menschen smhaggle herunterladen. „Längerfristiges Ziel ist, dass 20 bis 30 Prozent der Deutschen smhaggle nutzen“, sagt Reuter ganz unbescheiden.

Doch warum sollten so viele Kunden diese App nutzen, deren Name aus den Begriffen „smart“ wie klug und „haggle“ wie feilschen zusammengesetzt ist? „Durch smhaggle kann man 30 Prozent beim Lebensmitteleinkauf sparen“, sagt Reuter. Der Inflation, über die sich viele derzeit aufregen, könne man so ein Schnippchen schlagen: „Wenn man gezielt zum Aktionspreis

kauft, hat man eine Ersparnis zwischen 20 und 50 Prozent, da ist eine Inflation von 4,9 Prozent kein Thema mehr.“ Die App stelle im Lebensmittelbereich Preistransparenz her.

Der Geschäftsführer erklärt auch, wie er auf die Idee für die App kam. Nach dem Einkauf sei ihm aufgefallen, dass er Kaffee vergessen hatte. Im nächsten Laden habe das soeben im ersten Laden erworbene Katzenfutter nur halb so viel gekostet. Seine Schlussfolgerung: „Es kann ja nicht sein, dass ich nicht weiß, wo es etwas gibt und was es kostet.“ Herausgekommen ist eine App, die unter anderem Preise für einzelne gesuchte Produkte anzeigt, in der sich eine Region festlegen lässt und in der die Anbieter verglichen werden. Doch wie kommt die App an die aktuellen Preise und Daten? Auf drei verschiedene Arten, erklärt Reuter. So werden zum einen die Prospekte der Anbieter erfasst, genauso wie die Preise auf den Websites. Der dritte Weg erfordere die Mitwirkung der Konsumenten. Die nämlich

sollen ihre Kassensbons fotografieren und hochladen. „Nur so können wir wissen, dass Nutella beim Edeka XY in Ulm oder Frankfurt (Oder) gerade 5 Euro kostet“, sagt Reuter. Selbst jetzt

„Längerfristiges Ziel ist, dass 20 bis 30 Prozent der Deutschen die App nutzen.“

**Sven Reuter**  
Chef von my-valueshopping

in der Startphase würden schon viele tausend Bons jeden Tag hochgeladen, die vollautomatisiert ausgelesen werden. Nur ein geringer Anteil muss noch manuell nachbearbeitet werden.

Für Konsumenten ist die App kostenlos, sie können sogar kleine Geldbeträge verdienen. Wenn sie eine Rechnung hochladen, gibt es 5 Cent, ausbezahlt wird ab 12 Euro, sagt Reuter. Wenn Nutzer bestimmte beworbene Pro-

dukte kaufen, gibt es auch mal mehr. So soll die App den Gründern bald Geld bringen: „Unser Ziel ist es, mit Partnerunternehmen Sonderkonditionen für Produkte zu verhandeln, die den Kunden anzubieten und davon Provisionen zu bekommen.“

Nicht ganz so begeistert wie der Gründer sind die Verbraucherzentralen über solche Angebote. Beschwerden über smhaggle seien bisher nicht eingegangen, sagt Internet- und Konsumexperte Oliver Buttler dazu. Aber: „In der Gesamtbetrachtung ist der Nutzen solcher Apps eher überschaubar.“ Sie seien eigentlich nichts anderes als die Werbeprospekte von Discountern als Vergleich dargestellt. „Zwar wissen Kunden, dass bei einem Anbieter A die Butter billiger ist, beim Anbieter B dann die Milch. Letztlich wird der Einkauf an sich nicht günstiger, wenn Kunden alle Supermärkte wegen einzelner Angebote einzeln abfahren“, sagt Buttler.

Sein Hauptkritikpunkt ist aber ein anderer: „Fakt ist, dass Nutzer völlig gläsern werden und damit die Anbieter zielgerichtet eine Angebots- und Preissteuerung vornehmen können.“ Kunden zahlten bei dieser wie bei anderen Shopping-Apps mit ihren Daten, wie auch ein Blick in die Datenschutzbestimmungen zeige. Sven Reuter will diesen Einwand nicht gelten lassen. Er verweist auf die Millionen Nutzer von PayPal- und Deutschlandkarten, „die machen nichts anderes bei jedem Einkauf“. Die Daten verließen das Haus nicht und würden nur intern ausgewertet.

### Preise für das Standardsortiment im Internet

**Der Betreiber** von www.discounter-preisvergleich.de, Matthias Kövör, sagt von sich selbst, er sei durch und durch vom alten Schlag. „Ich erfasse nichts, was ich nicht erfassen muss.“ Auf seiner Seite sind nicht die Angebotspreise, sondern die Kos-

ten für das Standardsortiment in verschiedenen Geschäften aufgeführt. Ein Community-Projekt, in dem Nutzer – ohne sich auch nur einloggen zu müssen – neue Preise hochladen können. Die werden dann von einem Team von fünf Men-

schen beim eigenen Einkauf überprüft, wie Kövör erklärt. „Die Leute haben einfach Spaß dran“, sagt er. Verdienen wolle er damit nichts, ein bisschen Werbung sei auf der Seite, „damit können wir einmal im Jahr zum Essen gehen“, sagt Kövör.

**Kommentar**  
**Dominik Guggemos**  
zur 5D-Initiative der Discounter



## Markt alleine genügt nicht

Die Big Four im Lebensmittel-einzelhandel – Edeka, Rewe, Lidl und Aldi – teilen den deutschen Markt zu drei Vierteln unter sich auf. Ihre Dominanz stellt Produzenten vor Herausforderungen; die Konkurrenz zueinander sorgt für niedrige Preise, auch im internationalen Vergleich. Wie die Einführung der sogenannten 5D-Regel für Schweinefleisch bei Rewe, Aldi und Lidl zeigt, kann der Kampf um die Kunden auch zu Verbesserungen bei der Tierhaltung und der Regionalität führen. 5D bedeutet, dass die gesamte Wertschöpfungskette, vom ersten bis zum letzten Schritt, in Deutschland stattfindet. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis Edeka nachziehen wird, der Standard wurde von der Konkurrenz gesetzt.

Der Markt kann also auch liefern, wenn um „Wohlfühlfaktoren“ geht, um Tiere, die jetzt weniger leiden müssen und nicht mehr unter häufig lausigen Bedingungen durch Europa transportiert werden, bevor sie auf den Teller der Nation landen. Allerdings sollten Anhänger der These, dass der Markt dann am besten funktioniert, wenn er wenig Fesseln angelegt bekommt, eines bedenken: Ohne den politischen Druck durch die Ampel-Regierung wäre 5D zumindest nicht so schnell gekommen. Es ist das verbindliche Tierhaltungsetikett, das die Discounter in die Offensive gehen lässt – von der Verbraucher und hoffentlich auch die Bauern profitieren.

## Extra-Entgelt unzulässig

**Vodafone** Der EuGH verbietet Pauschale für Überweisungen.

**Luxemburg.** Vodafone darf keine Extrakosten von Kunden fordern, die ihre Rechnungen nicht per Bankeinzug bezahlen. Das geht aus einem Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) hervor (C-484/20). Die Zahlungsdienste-Richtlinie der EU sieht vor, dass Kunden für bestimmte Zahlungsweisen eines Dienstleisters nicht zusätzlich zahlen müssen. Diese Richtlinie trat zwar erst im Januar 2018 in Kraft, das Verbot gelte aber auch für Verträge, die vorher abgeschlossen wurden, befand der EuGH.

Hintergrund ist, dass Vodafone Kabel Deutschland eine Selbstzahlerpauschale von 2,50 Euro verlangt, wenn Kunden ihre Rechnungen selbst mittels Überweisung begleichen und ihr Vertrag vor Januar 2018 abgeschlossen wurde. Kunden mit neueren Verträgen müssen die Pauschale nicht bezahlen. Der Bundesverband der Verbraucherzentralen hatte dagegen geklagt. *dpa*

### ZAHL DES TAGES

160

**Millionen** Nikolaus- und Weihnachtsmänner aus Schokolade hat die deutsche Süßwarenindustrie 2021 für die Weihnachtszeit hergestellt – ein Plus von 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das ist das Ergebnis einer Umfrage des Bundesverbands der Süßwarenindustrie. Gründe dafür sind höhere Bestellungen des Lebensmitteleinzelhandels und Zuwächse im Exportgeschäft. *dpa*

### Autoindustrie Zulieferer prägen Abwärtstrend

**München.** Die Lage in der deutschen Autoindustrie hat sich laut Umfrage des Ifo-Instituts wieder verschlechtert. Demnach ist der Abwärtstrend vor allem durch die Situation der Zulieferer geprägt, bei denen die Auftragslage „angespannt“ bleibt. Auch aus dem Exportgeschäft würden keine Impulse erwartet. Um den Umbruch zur Elektromobilität zu bewältigen, müssten die Zulieferer neue Kompetenzen aufbauen und suchen daher weiterhin nach Personal. *afp*



### Milliardeneinbußen erwartet

**Eine umfassende Anwendung** der 2G-Regel führt dem Institut der Deutschen Wirtschaft zufolge zu Milliardeneinbußen im Einzelhandel und Gastgewerbe. Auch in Gastronomie und Hotellerie sei die Lage „prekär“. *Foto: Sina Schuldt/dpa*

### Maschinenbau Höhenflug hält weiter an

**Frankfurt/Main.** Die Erholung im deutschen Maschinenbau nach dem Corona-Krisenjahr 2020 hält an. Im Oktober stieg der Auftrags-eingang bereinigt um Preiserhöhungen um 19 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat. Die Inlandsbestellungen legten um 13 Prozent zu, die Order aus dem Ausland wuchsen um 23 Prozent, teilte der Branchenverband VDMA in Frankfurt mit. Im Frühjahr und Sommer waren die Zuwächse teilweise noch deutlich höher ausgefallen. *dpa*

### Weniger Arbeitslose

In der Eurozone ist die Arbeitslosenquote gegenüber dem Vormonat um 0,1 Prozentpunkte auf 7,3 Prozent gefallen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum ging laut Statistikamt Eurostat die Quote deutlich um 1,1 Punkte zurück. In der EU ist die Arbeitslosenquote ebenfalls rückläufig.

### Hoch für Erzeugerpreise

Der Preisauftrieb auf Herstellerebene in der Eurozone hat sich von hohem Niveau aus weiter beschleunigt. Die Erzeugerpreise stiegen im Oktober zum Vorjahresmonat laut Eurostat um 21,9 Prozent – die höchste Rate seit Beginn der Währungsunion 1999.