

Vergleich: „Aldi und Lidl nicht billiger als Rewe und Edeka“



Das Vergleichsportale „Smhaggle“ legt Daten vor, wonach Supermärkte bei Eigenmarken nicht teurer sind als Discounter. Bei Markenprodukten gibt es ein überraschendes Ergebnis.

📅 6. März 2023 – 15:52 Uhr

🕒 4 min

👤 Ralf Heidenreich

Idstein. „Vom Erfinder von günstig“ bewirbt Aldi Süd derzeit eine Preiskampagne bei Obst und Gemüse. Das Unternehmen spielt mit dem Slogan darauf an, die die Gebrüder Albrecht in den 1960er Jahren das Discount-Modell für Deutschland entdeckten und dann groß ausrollten. Es gab keine breiten und tief gestaffelten Sortimente, kein Preisetikett auf jedem Artikel, die Ware wurde nicht ausgepackt, man verzichtete auf teure Ladeneinrichtungen verzichtete und beschränkte sich auf günstige Eigenmarken. So konnten Waren billiger angeboten werden als bei anderen Lebensmittelmärkten.

[Mehr zum Thema](#)

plus Wirtschaft Deutschland

Kommentar zu Discounter-Preisen: Falsches Bild

plus Wirtschaft Deutschland

„Viele Lebensmittelpreise zu hoch“: Werden wir abgezockt?

Zu welchen Ergebnissen kommt eine frühere Studie?

Doch seither hat sich viel verändert. Auch Rewe, Edeka, Kaufland oder Globus haben viele Eigenmarken im Sortiment. Edeka präsentiert sich offen als der bessere Discounter, und auch Rewe fährt große Kampagnen, die auf die günstigen Eigenmarken abzielen. Und erzielen mittlerweile rund 40 Prozent ihres Umsatzes mit Eigenmarken. Zudem rüsten beziehungsweise hübschen sowohl Aldi als auch Lidl, Penny oder Netto ihre Filialen auf, sodass hier die Unterschiede zusehends verschwinden. Doch wie sieht es bei den Preisen aus?

Im Oktober 2020 veröffentlichte das „Deutsche Institut für Servicequalität“ eine Studie zu Preisen in Lebensmittelmärkten. Für den Test entwickelte das Institut einen speziellen Warenkorb mit Grundnahrungsmitteln. Die jeweils billigsten Produkte der Kategorie wurden gekauft. Ergebnis: Der Durchschnittspreis für den untersuchten Warenkorb betrug bei den Discountern 17,86 Euro gegenüber 19,30 Euro bei Vollsortimentern, also Supermärkten. Ein Unterschied von 1,44 Euro beziehungsweise 7,5 Prozent.

Mehr zum Thema

plus Wirtschaft Deutschland

Studie: Unternehmen nutzen Inflation für höhere Gewinne aus

plus Wirtschaft Deutschland

Neue Supermärkte: Einkaufen mit Selbstscanner oder Tablet

Welches Fazit zieht die Smhaggle-Untersuchung?

Sven Reuter, der Gründer und Geschäftsführer der Preisvergleichs- und Value-Shopping-App „Smhaggle“, hält nicht viel von solchen Vergleichen. Fast alle seien fehlerhaft – weil zwischen klassischen Markenprodukten und günstigeren Eigenmarken sowie zwischen normalen Regal- und niedrigeren Aktionspreisen nicht unterschieden werde. Und zudem häufig nicht berücksichtigt werde, dass die Preise für Frischeprodukte lokal und saisonal differierten.

Auch Reuter hat die Preisniveaus von Lebensmittelmärkten analysiert. Dafür nutzt er den Datenpool der Smhaggle-App, der seinen Angaben zufolge die Preise von rund 380.000 Produkten umfasst. Und zwar der zehn großen Lebensmitteleinzelhandels-Unternehmen, die laut Reuter ca. 80 Prozent des Umsatzes in dem Bereich abdecken. Er zieht ein ernüchterndes Fazit. „Die Verbraucher denken, sie können bei Discountern mehr sparen, aber das stimmt nicht. Discounter sind nicht günstiger als Supermärkte wie Rewe oder Edeka. Aldi, Lidl und Co. machen nicht die besten Preise.“

Wie verfahren Supermärkte und Discounter bei günstigen Eigenmarken?

So gebe es in aller Regel bei Eigenmarken keine Preisunterschiede zwischen Supermarkt und Discounter. Von tagesaktuellen Abweichungen einmal abgesehen, weil zum Beispiel ein Anbieter eine geplante Preisänderung noch nicht durchgeführt hat. „Ein bestimmtes Eigenmarken-Produkt hat in Discountern und Supermärkten bis auf ganz wenige Ausnahmen exakt den gleichen Preis. Und das gilt für nahezu alle Eigenmarken-Produkte“, betont Reuter und untermauert das mit Beispielen. So sei der Regalbeziehungsweise Normalpreis für Eigenmarkenbutter vor einigen Wochen in der ersten großen Preisrunde in nahezu allen Lebensmittelmärkten auf 1,59 Euro abgesenkt worden. Oder das Beispiel Blütenhonig in der Squeeze-Flasche als Eigenmarke: Am 21. Februar kostete das Produkt sowohl bei Aldi Süd als auch bei Rewe, Netto, Kaufland oder Edeka 3,19 Euro. Und Reuter geht noch weiter.

Warum sind klassische Markenprodukte in Supermärkten häufig günstiger?

„Bei klassischen Markenprodukten sind Discounter sogar häufig teurer“, betont der Experte. Nach seiner Schätzung in rund 50 Prozent der Fälle. Was er mit Bildschirmfotos der jeweiligen Preise untermauert. Demnach ist in Kalenderwoche acht der Preis für Kerrygold-Butter bei Lidl von regulären 3,49 Euro auf einen Sonderangebotspreis von 2,19 Euro abgesenkt worden, bei Edeka Südwest auf 1,99. Bei Nescafé Gold (200-Gramm-Glas) ging es bei Lidl von 11,99 auf das Sonderangebot von 7,77 Euro, bei der norddeutschen Supermarktkette Famila Nord-West auf 6,99 Euro. Und den Preis für Müller Joghurt mit der Ecke senkte Lidl in Kalenderwoche 8 im Sonderangebot auf 49 Cent, Rewe auf 39 Cent.

Mehr zum Thema

Ernährung

Butterpreise sinken erneut

Wirtschaft Deutschland

Ein Jahr Ukraine-Krieg: Energiepreisschock und Inflation

Der Grund für die mitunter höheren Preise für Markenprodukte bei Discountern liegt für Reuter auf der Hand: „Vollsortimenter kaufen bei Markenherstellern in der Regel deutlich mehr Produkte und damit auch größere Mengen ein, wodurch sie wahrscheinlich bessere Konditionen erzielen können.“ Supermärkte wie Rewe oder Edeka haben nach seinen Angaben im Schnitt um die 25.000 Produkte im Sortiment, Discounter so gerechnet nur rund 2.500. Große SB-Märkte wie Globus oder Kaufland kommen auf bis zu 50.000 Produkte.



Ralf Heidenreich