

KOMMENTAR



Falsches Bild

Ralf Heidenreich
zu Discounter-Preisen

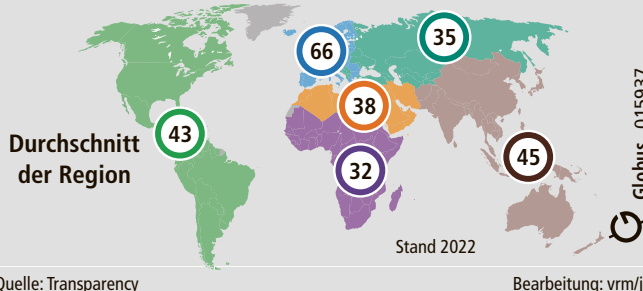
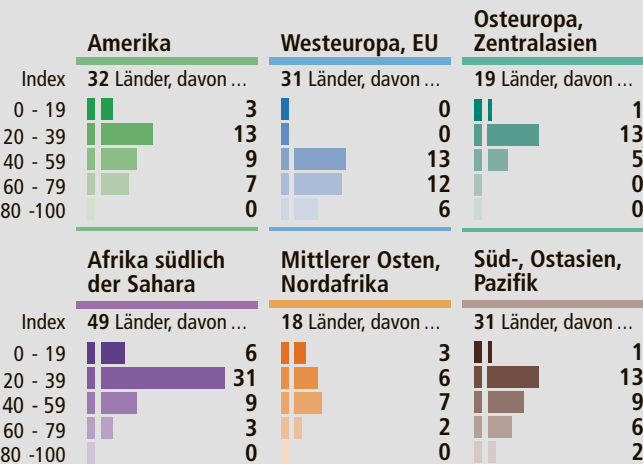
ralf.heidenreich@vrm.de

Discounter sind billig, Supermärkte teurer – dieses Bild hält sich in den Köpfen der Verbraucher. Ein Bild, von dem Aldi, Lidl und Co. nach wie vor profitieren. Ein Bild aber auch, das nicht mehr stimmig ist. Allein schon an Äußerlichkeiten lässt sich erkennen, dass die Grenzen verschwimmen. So rüsten Discounter ihre Filialen zusehends auf und nähern sich in Erscheinungsbild und Einkaufsgefühl klassischen Vollsortimentern wie Edeka und Rewe immer mehr an. Gleichzeitig bauen die Supermärkte ihr Angebot an günstigeren Eigenmarken aus und drängen damit verstärkt in die einstige Domäne von Aldi, Lidl und Co. Ferner fällt auf, dass die Discounter zwar weiterhin in der Werbung das Günstig-Image pflegen, aber nicht offen damit werben, dass sie grundsätzlich billiger sind als die Supermarkt-Konkurrenz. Weil das weitestgehend auch nicht (mehr) der Fall ist. Das zeigen Preisanalysen klar. Früher hatten es Verbraucher vergleichsweise leicht: Wenn sie beim Discounter anstatt im Supermarkt einkauften, konnten sie davon ausgehen, dass sie Geld sparen. Das können sie heute nicht mehr ohne Weiteres. Der Einkauf ist komplizierter geworden: Wer etwas sparen will, muss den aufwendigeren Weg gehen. Heißt: Preise genau vergleichen und Ausschau nach Sonderangeboten halten.

GRAFIK DES TAGES

KORRUPTION NACH WELTREGION

Der Korruptionswahrnehmungsindex misst die von Fach- und Geschäftsleuten wahrgenommene Korruption in 180 Ländern. Index von 0 = höchst korrupt, bis 100 = nicht korrupt



PKW - KREDITE

Konditionen für 10.000 Euro Kredit

Zinssätze (effektiv) in %	Laufzeit / Monate			monatliche	
	36	60	72	Raten ¹	Zinsen ¹
Sparda-Bank Südwest ²	4,39	4,39	4,39	185,54	1.132,40
Bank of Scotland ²	4,80	4,80	4,80	187,33	1.239,80
Hypovereinsbank ²	4,99	4,99	4,99	188,16	1.289,60
Ikano Bank ²	4,99	4,99	4,99	188,16	1.289,60
PSD Bank Koblenz/Mainz	4,90	5,38	5,38	189,87	1.392,20
ADAC	5,49	5,49	5,49	190,35	1.421,00
Targobank ²	5,75	5,75	5,75	191,49	1.489,40
ING ²	6,89	6,89	6,89	192,11	1.790,60
Santander CarCredit	5,99	5,99	5,99	192,55	1.553,00
1822direkt ²	7,99	5,99	5,99	192,55	1.553,00
DKB Deutsche Kreditbank	6,19	6,19	6,19	193,43	1.605,80
Allgemeine Beamten Bank ²	6,49	6,49	6,49	194,75	1.685,00
SKG Bank ²	6,59	6,59	6,59	195,19	1.711,40
Postbank ²	6,67	6,67	6,67	195,54	1.732,40
Volkswagen Bank ²	6,99	6,99	6,99	196,95	1.817,00
SWK Süd-West-Kreditbank ²	6,99	6,99	6,99	196,95	1.817,00
Creditplus Bank ²	7,00	7,00	7,00	197,00	1.820,00
Oyak Anker Bank ²	7,29	7,29	7,29	198,28	1.896,80
Norisbank ²	7,60	7,60	7,60	199,66	1.979,60
Deutsche Bank ²	7,79	7,79	7,79	200,50	2.030,00
Schlechtester Anbieter ²	10,99	10,99	10,99	214,80	2.888,00

1) bei einer Laufzeit von 60 Monaten, in Euro
2) bonitätsabhängig

Weitere Informationen und Erläuterungen zum Thema:
PKW-Kredite



Quelle: [biallo.de](https://www.biallo.de) Stand: 06.03.2023

Angaben ohne Gewähr.

„Discounter sind nicht billiger“

Das Vergleichsportal „Smhaggle“ legt Daten vor, wonach Supermärkte bei Eigenmarken nicht teurer sind

Von 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 Brüder 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 und beschränkte sich auf günstige Eigenmarken. So konnten Waren billiger angeboten werden als bei anderen Lebensmittelmärkten.

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?

Kritik an Warenkorb für Grundnahrungsmittel

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. Sven Reuter, der Gründer und Geschäftsführer



Manche Produkte sind bei den großen Supermarktketten sogar günstiger als beim Discounter.

Foto: dpa

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 größten Lebensmittelhändler, die laut Reuter ca. 80 Prozent des Umsatzes in dem Bereich abdecken. Er zieht ein ernüchterndes Fazit. „Die Verbraucher denken, sie können bei Dis-

countern 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.“

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 Regal- beziehungsweise Normalpreis für Eigenmarkenbutter vor einigen Wochen in der ersten großen Preisrunde in nahezu allen Le-

bensmittelmärkten 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.

„Bei Markenprodukten sind Discounter häufig teurer“

„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 herunter, bei der norddeutschen Supermarktkette Famila Nord-West auf 6,99 Euro. Und den Preis für Müller Joghurt mit der Ecke senkte Lidl in Kalenderwoche 48 (2022) im Sonderangebot auf 49 Cent, Rewe auf 33 Cent.

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.

Mangel vor allem in Frauenberufen

Studie: Geschlechterrollen sind ein Grund für fehlende Fachkräfte

Von Birgit Marschall

BERLIN. Fünf der zehn vom Fachkräftemangel am stärksten betroffenen Berufe in Deutschland sind typische Frauenberufe. Das geht aus einer noch unveröffentlichten neuen Studie des Kölner Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) hervor. Demnach fehlen aktuell bundesweit rund 633.000 qualifizierte Arbeitskräfte. Besonders groß ist die Lücke in der Sozialarbeit, bei Kinderbetreuung und in der Pflege – Bereiche und Branchen, in denen hauptsächlich Frauen arbeiten und in denen die Belastung auf das Personal wächst.

Der Fachkräftemangel in Deutschland hat auch mit tradierten Geschlechterrollen zu tun, so das arbeitgebernahe Institut anlässlich des Weltfrauentags am Mittwoch. Da in typischen Frauenberufen fast überall nicht genügend Personal zur Verfügung steht – weil Männer die Berufe meiden oder die Frauenerwerbstätigkeit zu gering ist – sind die Engpässe hier besonders stark. Die größten Lücken gibt es der Studie zufolge in der Sozialarbeit und Sozialpädagogik, also beispielsweise in Kin-



In der Pflege sind rund 80 Prozent der Beschäftigten Frauen, Tausende Fachkräfte fehlen.

Foto: dpa

derheimen, der Suchtberatung oder Jugendämtern. Für 80 Prozent der offenen Stellen gab es rechnerisch bundesweit keine passend qualifizierten Arbeitslosen, über 23.000 Fachkräfte fehlen. Drei Viertel aller Beschäftigten in diesem Bereich sind weiblich.

Groß ist die Lücke auch in der Kinderbetreuung und Erziehung: Hier können fast 74 Prozent der Arbeitsplätze nicht besetzt werden, weil ausgebildetes Personal fehlt. Mehr als 97 Prozent der Menschen, die

in diesem Bereich arbeiten, sind Frauen – mehr als in allen anderen Berufsgruppen. Durch die Lücke ergibt sich außerdem eine hohe Arbeitsbelastung.

Ähnlich ist es in der Alten- und Krankenpflege: Hier sind rund 80 Prozent der Beschäftigten Frauen. Und es fehlen Tausende Fachkräfte: Rund 35.000 von 43.000 offenen Stellen können nicht besetzt werden, weil es bundesweit keine passend qualifizierten Arbeitslosen gibt. Bei Einzel-

handelsfachkräften ist das Bild ähnlich: Auch hier liegt der Frauenanteil bei etwa drei Viertel und auch diese Berufe leiden am meisten unter dem längst grassierenden Fachkräftemangel.

Um einerseits den Mangel effektiver zu bekämpfen und andererseits die Teilhabe und Verdienste von Frauen am Arbeitsmarkt zu steigern, rät das Institut zu gezielten bildungspolitischen Maßnahmen. „So sollte möglichst früh in die berufliche Orientierung von Kindern- und Jugendlichen investiert werden. Geschlechterrollen müssen aufgebrochen und junge Menschen ermutigt werden, ihre berufliche Zukunft aufgrund ihrer Fähigkeiten und Interesse zu wählen“, so das IW.

Wegen des demografischen Wandels sei es außerdem unverzichtbar, mehr qualifizierte Zuwanderer zu gewinnen. „Unternehmen müssen besser auf die Bedürfnisse von dem jeweils anderen Geschlecht eingehen“, sagte Studienautor Robert Köppen. „Nur so können die Lücken etwas verringert werden. Dabei helfen eine genderechte Sprache und eine bessere Vereinbarkeit von Familie und Beruf.“

Fehlende Fahrer behindern Betrieb

BERLIN (dpa). Die Verkehrsunternehmen in Deutschland haben große Probleme, genügend Bus- und Bahnfahrer zu finden. Mindestens die Hälfte der Unternehmen hat im vergangenen Jahr ihren Betrieb mangels Personal zeitweise eingeschränkt – zu diesem Ergebnis kommt eine Branchenumfrage des Verbands deutscher Verkehrsunternehmen (VDV). „Vielleicht waren es sogar noch mehr, ich kenne jedenfalls fast niemanden in der Branche, der nicht zum Beispiel mal zeitweise eine Linie einstellen musste“, sagte Harald Kraus, Vorsitzender des VDV-Personalausschusses und zugleich Arbeitsdirektor bei den Dortmunder Stadtwerken.

Unternehmen erwarten höheren Personalbedarf

77 Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass sie im Fahrdienst bis 2030 mit einem höheren Personalbedarf rechnen. Gleichzeitig werden sie der Umfrage zufolge in genau diesem Bereich bis 2030 die meisten Abgänge verzeichnen. Rund 50 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dieser Unternehmen arbeiten im Fahrdienst.