

## HINTERGRUNDINFOS:

# GREENPEACE-MARKTCHECK TEST "EIGENMARKEN"

MÄRZ 2019

## Definitionen „Eigenmarken“, „Exklusivmarken“ und „Industriemarken“

Als „**Eigenmarken**“ oder „**Handelsmarken**“ bezeichnet Greenpeace die Marken des Lebensmitteleinzelhandels, also der Supermärkte. Sie sind in der Regel nur bei einer Supermarktkette erhältlich und werden meist von den Lebensmittelproduzenten im Auftrag des Lebensmitteleinzelhandels hergestellt. Einige Handelsunternehmen wie zum Beispiel Spar haben auch eigene Produktionsstätten für ihre Marken: „Tann“ für Fleisch und Fleischwaren oder „Regio“ für Kaffee-Produkte. Eigenmarken geben den Supermärkten einen größeren Einfluss auf die Produktion und Qualität ihrer Produkte, auf Rezeptur und Verpackung bis hin zu Preisgestaltung. Beispiele für Eigenmarken sind „Clever“ bei Rewe, „S-Budget“ bei Spar aber auch „Milfina“ bei Hofer.

„**Exklusivmarken**“ sind nur bei bestimmten Supermärkten erhältlich. Dazu zählt Greenpeace die Bio-Marke „Alnatura“, die es bei den Rewe-Supermärkten Billa und Merkur und MPreis (mit Firmensitz in Tirol) gibt sowie die Bio-Marke „Natürlich für uns“ und die konventionelle Marke „Jeden Tag“, die beide nur bei MPreis und Unimarkt (Firma Pfeiffer in Oberösterreich) zu finden sind. Der Einfluss der Supermärkte auf die Produktion der Artikel ist deutlich geringer.

Auch für die klassischen Markenartikel gibt es unterschiedliche Bezeichnungen wie „**Herstellermarken**“ oder „**Industriemarken**“, die Markenrechte liegen bei den Lebensmittelproduzenten, der so genannten Markenartikelindustrie. Dazu zählen sowohl Marken wie „Manner“ aber auch Industrie-Marken wie „Maggi“ (von Nestlé) und „Knorr“ (von Unilever). Sie sind in fast allen Supermärkten erhältlich und besitzen - weil intensiv beworben - große nationale und oft internationale Bekanntheit.

## Zahlen und Fakten zu den Marken des Handels

Der Anteil an Eigen-, Exklusiv- und Herstellermarken am Gesamtsortiment sowohl bei Umsatz und Anzahl ist in den einzelnen österreichischen Supermärkten extrem unterschiedlich. So werden bei Hofer und Lidl rund 80 Prozent der angebotenen

Produkte über Eigenmarken bestritten, bei Unimarkt liegt der Anteil unter zehn Prozent.<sup>1</sup>

Die Bedeutung von Eigenmarken nimmt in Europa im Vergleich zu Industriemarken ständig zu. Speziell die Bio-Marken des Handels boomen. In Österreich liegt der Mengenanteil der Eigenmarken bei etwas über 40 Prozent, der Wertanteil im Jahr 2017 bei knapp über 30 Prozent. Damit liegt Österreich in Europa auf Platz sechs hinter Spanien, Schweiz, UK, Deutschland und Belgien. Die Marken im hochpreisigen Premium-Segment wachsen am stärksten.<sup>2</sup>

## Die Handelsmarken versus Industriemarken

Nachdem Eigenmarken viele unterschiedliche Marken und Sortimente umfassen, ist ein genereller Vergleich mit Herstellermarken schwierig. Wie der Greenpeace-Test zeigt, sind die Marken der Supermärkte aber zumindest in einigen Bereichen Vorreiter. Zum Beispiel bei Projekten für besseren Tierhaltung: Eier aus Käfighaltung sind in österreichischen Supermärkten nur mehr in verarbeiteten Produkten von Industriemarken zu finden – aus den Eigenmarken und den Frischeier-Regalen mit Frischeiern haben die Supermärkte sie verbannt. Andere wichtige Impulse sind Tierwohl-Projekte wie „Fairhof“ von Hofer oder „Fair zum Tier“ von Merkur sowie die regionalen „Bio vom Berg“ Projekte bei MPPreis.

Spar wiederum hat angekündigt, in Kürze bei 100 Prozent seiner Marken, also sowohl bei biologisch als auch konventionell hergestellten Eigenmarken, gänzlich auf Palmöl und damit auf Regenwaldzerstörung zu verzichten. Stattdessen werden in den Spar-Produkten vermehrt heimische Öle und Fette in den Rezepturen verwendet.

## Hohe Qualitätsstandards bei Bio-Eigenmarken

Der Bio-Bereich wird in Österreich von den Eigenmarken des Handels dominiert. Die Anzahl an Bio-Artikeln wird laufend erweitert und die Standards gehen mittlerweile in allen Supermärkten über das von der EU vorgegebene Mindestmaß hinaus. Bei bekannten Bio-Marken wie „Ja!Natürlich“ bei Billa und Merkur, „Spar Natur pur“ in allen Spar-Supermärkten, „Zurück zum Ursprung“ bei Hofer und „Ein gutes Stück Heimat“ bei Lidl findet sich kein Palmöl aus Regenwaldzerstörung mehr in den Produkten. Greenpeace betont, dass die Steigerung der Qualitätsstandards speziell bei der Tierhaltung nicht

<sup>1</sup> Lebensmittel- und Drogeriefachhandel 2018, Key Account und GS1 Austria, [https://www.gs1.at/fileadmin/user\\_upload/Poster\\_KeyAccount\\_Handelstabelle\\_Lebensmittel\\_und\\_Drogeriefachhandel\\_2018.pdf](https://www.gs1.at/fileadmin/user_upload/Poster_KeyAccount_Handelstabelle_Lebensmittel_und_Drogeriefachhandel_2018.pdf)

<sup>2</sup> WKO 2017 [https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20170515\\_OT0087/bedeutung-von-handelsmarken-nimmt-zu](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170515_OT0087/bedeutung-von-handelsmarken-nimmt-zu)  
Handelszeitung, Madlberger 2018, <https://www.handelszeitung.at/handelszeitung/plma-noch-steigt-der-markanteil-der-handelsmarken-europaweit-aber-nicht-oesterreich-168618>

alleine auf Kosten der Bauern gehen darf. Verbesserungen in der Ökologisierung müssen mit einer fairen Entlohnung Hand in Hand gehen.

### **Kennzeichnung und Transparenz**

Die Kennzeichnung bei den Marken der Supermärkte ist für Greenpeace verbesserungswürdig. So findet sich bei vielen Produkten keinerlei Hinweis, dass die Eier von Hühnern aus Boden- und manchmal auch aus Freilandhaltung stammen. Die Hersteller stehen bei den Eigenmarken nicht immer drauf - teilweise auf Wunsch der Hersteller, teilweise aber auch auf Wunsch der Supermärkte, denn dadurch sind kleinere Produzenten leichter austauschbar. Bei Hofer ist immer der Hersteller und nicht nur „hergestellt für“ angegeben. Zudem können die KundInnen bei Hofer mithilfe eines QR-Codes auf der Verpackung rückverfolgen, woher die Rohstoffe stammen.

### **Herkunft aus Österreich**

Alle Supermärkte geben an, zumindest bei ihren Premium-Marken und im Bio-Bereich auf österreichische Herkunft zu setzen. Das AMA-Siegel garantiert die Herkunft der Rohstoffe aus Österreich und ist auf vielen Fleisch- und Milch-Marken der Supermärkte zu finden. Im Gegensatz dazu können bei Angaben wie „hergestellt in Österreich“ oder „Qualität aus Österreich“ die Rohstoffe auch aus dem Ausland kommen, solange das Produkt in Österreich hergestellt wird.

Punkten will der Handel auch bei Regionalität: Sei es durch ein eigenes „Regional Regal“ oder durch die bevorzugte Wahl österreichischer Produktionsbetriebe. MPreis in Tirol hat einen Regional-Schwerpunkt bis 2025 angekündigt.

### **Verbesserungsmöglichkeiten für Eigenmarken**

Leider sind die Umweltstandards nicht in allen Supermärkten gleich hoch. Spar hat als einziger Supermarkt geplant, bei all seinen Marken auf Palmöl zu verzichten. Der Großteil des Fleischangebots erfüllt nur die gesetzlichen Mindestanforderungen. Nur einige wenige Produkte aus Tierwohl-Projekten sind in den einzelnen Supermärkten erhältlich. Gefordert sind die Supermärkte auch im Bereich der Verpackungen. Speziell die großen Plastikmengen bei Obst und Gemüse sorgen bei den KundInnen für steigendes Unbehagen. Zur Reduktion des Verpackungsmülls haben die Supermärkte konkrete Zahlen und Ziele genannt; realisiert werden sollen diese bis 2025.

Wien, März 2019