Artikel vom 24.06.2025 · Ausgedruckt am 12.11.2026, 16:57 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/kommentar-wertschaetzung-fuer-produkte-bewahren

Kommentar: Wertschätzung für Produkte bewahren



Thomas Kühlwetter: „Die neue Preisrunde im Handel gefährdet nicht nur die Wirtschaftlichkeit der Betriebe, sondern auch die Wertschätzung für unsere Produkte.”

Noch werden die Tage länger, aber schon in wenigen Wochen ist Sommersonnenwende. Das Frühjahr ist die Zeit der Ernte für viele unserer Erzeugnisse. Radieschen, Salate, Tomaten und Gurken, Erdbeeren, Rhabarber und auch die ersten Süßkirschen haben schon Saison. Viele weitere Gemüsearten liegen in den Regalen und manche Obstart kommt in Kürze noch hinzu. Doch anstelle über die tollen Eigenschaften dieser Erzeugnisse und den Hochgenuss aus der eigenen Region zu reden, haben Lidl, Aldi, Rewe, Edeka und Co eine neue Preisrunde angekündigt. Sie wollen ca. 500 Produkte günstiger als bislang anbieten.

So recht will die mit markigen Worten angekündigte Initiative nicht in eine Zeit passen, in der die so oft genannten und oftmals überstrapazierten Attribute „Regionalität“ und „Nachhaltigkeit“ wie ein Credo über allem geistern – dies ist zumindest die weitverbreitete Meinung der Erzeuger und Hersteller der Waren. Aber dies ist eben nur eine Seite der Medaille, denn auf der anderen Seite begrüßen viele Kunden die Initiative und freuen sich über die nach der Pandemie endlich wieder gesenkten Preise.

Dass die zu Lasten der Erzeuger- und Herstellerbetriebe oder des Tierwohls geht, ist allenfalls ein kleiner Schönheitsfehler am Rande der Notiz, die ansonsten nur Vorzüge beinhaltet, und dies in einer Zeit, in der gefühlt alles teurer wird und das Geld am Monatsende bei vielen nicht mehr so richtig reicht, während deren Nachbarn sich gerade einen Luxus nach dem anderen erlauben.

Natürlich ist dies eine überzeichnete Darstellung der Situation, die im Kern aber viele Wahrheiten enthält. Obst, Gemüse oder Zierpflanzen werden bei der vorhergesagten neuen Preisrunde sicher nicht außen vor bleiben, und nicht nur Importprodukte, sondern auch heimische Produkte werden betroffen sein. Lidl hat bei insgesamt über 500 Produkten die Preise gesenkt, dies Firmenangaben zufolge, dauerhaft und Deutschland-Firmenchef Friedrich Fuchs rühmt sich mit den Worten „größte Preissenkungsrunde des Unternehmens“. Das kann Konkurrent Aldi nicht unkommentiert lassen und bekräftigt, dass Preisstrategie Grundprinzip des Unternehmens sei, nachdem kurz zuvor schon bei ca. 1 000 Produkten in den Regalen von Aldi Süd und Aldi Nord die Preise gesenkt worden waren.

Damit ist wahrscheinlich aber erst der Anfang gemacht. Nachdem Rewe und Edeka angekündigt haben, ebenfalls die Preise für zahlreiche Produkte zu senken, ist ein langfristiger Handelsstreit im Lebensmittelmarkt zu befürchten, denn auch Netto, Penny und andere Marktteilnehmer werden sich nicht aus der neuen Preisspirale ausklinken.

Wenn „Deutschlands günstigster Kohlrabi“, wie er in der Werbung eines bekannten Discounters in der ersten Juniwoche für 45 Cent angeboten wird, als Beispiel Schule macht und eine Reihe weiterer Obst- und Gemüseprodukte zu Niedrigpreisen offeriert werden, ist dies aus Sicht unserer Branche äußerst bedenklich. Zweifelsohne sind Aktionen des Handels in Phasen einer reichlichen Marktversorgung Instrumente, die auch im Sinne der Betriebe zur Marktentlastung beitragen können.

Doch häufig werden solche Aktionen auch ohne einen solch zweckmäßigen Grund durchgeführt. Es entsteht Preisdruck auf einem Markt, obwohl die Notwendigkeit für niedrige Preise nicht besteht. Dies ist aus Sicht der Erzeugerbetriebe völlig kontraproduktiv. Zum einen gefährdet es die Wirtschaftlichkeit und langfristig auch die Existenz von Betrieben, und dies in einer Zeit, in der nicht nur deren Produktionskosten enorm steigen, sondern auch die Rahmenbedingungen im Wettbewerb mit ausländischen Anbietern eine besondere Herausforderung darstellen.

Auf der anderen Seite besteht die große Gefahr, dass die neue Preisrunde im Handel, die – wie zu befürchten ist – auf dem Rücken der Erzeuger ausgetragen wird, die Wertschätzung für unsere mit großer Sorgfalt und Mühe erzeugten Produkte beim Verbraucher sinkt. Am Ende ist es ein teurer Preis, der nach einem langen und mühevollen Weg gezahlt wird, denn nicht umsonst setzen unsere Produkte hohe Standards bei Sicherheit, Qualität und Nachhaltigkeit. Sie und die vielen Menschen, die dahinterstehen, verdienen zu Recht Anerkennung, Wertschätzung und einen angemessenen Preis. Dies nun alles einer Preisschlacht im Handel zu opfern, wäre ein fatales Signal.

Thomas Kühlwetter

(Artikel aus GP 06/25)