

Schlichte Hüllen

Die Verbraucher zeigen zunehmendes Interesse für markenfreie Produkte. Viele Handelsketten erweitern ihr Sortiment.

Willi Leibbrand, Eigentümer von mehr als tausend Supermärkten, hatte eine gute Nachricht für die Verbraucher. „Jetzt ist das Leben billiger“.

Die Werbung für seine Produkte, die das Leben billiger machen sollen, war dem Supermarkt-Chef (HL, minimal, penny, toom) fast eine Million Mark

Mit der weiß verpackten Ware ohne Phantasienamen und Werbesprüche, bei der Kaffee ganz einfach „Kaffee“ und Mehl nur „Mehl“ heißt, folgt Leibbrand einem Trend, der für den Handel das „Thema der Saison“ (Lebensmittel-Zeitung) ist. Denn immer mehr Händler stellen statt raffiniert verpackter Markenartikel die schlichten Einheitshüllen namenloser Produkte in die Regale ihrer Supermärkte.

Inzwischen bieten mehr als ein Dutzend Handelskonzerne, darunter die Tengelmann-Gruppe und der Deutsche Supermarkt (DS), mit insgesamt rund dreitausend Geschäften markenfreie Produkte an. Und für die „Lebensmittel-Zeitung“ geht es jetzt nur noch um die Frage: „Wer ist der nächste?“

Kundschaft abziehen. Einzelne Handelsketten haben schon bis zu 130 markenfreie Artikel in den Regalen, vom Kaffee bis zum Käse, von der Alufolie bis zum Waschmittel.

Die Markenlosen werden meist von mittelständischen Unternehmen hergestellt, die nicht groß genug sind, um bundesweit Markenartikel vertreiben zu können. Die Qualität ist in der Regel nicht schlechter als die der meisten Markenprodukte. Produkte der Wuppertaler Firma Luhn beispielsweise, die unter anderem Waschmittel für Aldi und den Deutschen Supermarkt herstellt, bekamen von der Stiftung Warentest schon mehrfach das Prädikat „gut“. Der für den Deutschen Supermarkt bei den Erststädter May-Werken abgefüllte Kaffee kann nach Ansicht vieler Kenner mit dem Spitzenprodukt des Branchenriesen Jacobs durchaus mithalten.

Aber auch große Produzenten verdienen mit namenlosen Produkten. So sind sich zum Beispiel der Nestlé-Konzern, der Filtertütenhersteller Melitta und der Aachener Marmeladen-Hersteller Zentis nicht mehr zu schade, ihre Ware in markenlose Einheitspackungen zu stecken.

Noch vor zwei Jahren waren sich Industrie und Handel nach längerem Streit einig, daß der Versuch, markenfreie Produkte zu verkaufen, schnell scheitern müsse. Die Namenlosen, urteilte Oetker-Gesellschafter Guido Sandler stellvertretend für die Branche, würden „eine Randerscheinung“ bleiben.

Auch unabhängige Marketingexperten gaben den Weißen kaum Chancen. Denn „sobald sie den Markt dergestalt überschwemmen, daß dem Tiefpreis auch die abgesenkte Qualität folgen muß“, dozierte etwa der Wiener Handelsprofessor Gottfried Theuer, führten sich die Namenlosen „selbst ad absurdum“.

Dabei hätten die Erfahrungen in anderen Ländern die selbsternannten Experten vorsichtiger stimmen müssen. Nachdem die französische Handelsgruppe Carrefour im April 1976 mit ihren „Produits libres“ die ersten Namenlosen auf den Markt gebracht hatte, fand die Idee viele Nachahmer (Spiegel 46/1978).

„Generics“, wie die „no name“-Waren in den USA auch heißen, sind heute schon in jedem vierten amerikanischen Supermarkt zu finden. Sie sind bei den Kunden so beliebt, daß die Händler das Generics-Sortiment stetig vergrößern. In fast 30 Produktgruppen erzielen sie inzwischen mehr als ein Fünftel ihres Umsatzes mit den weißen Produkten.

Ähnliche Erfahrungen machten die Einzelhändler in Frankreich, Schweden, Japan und Kanada. Die kanadische Supermarkt-Kette Loblaw, die wie der Deutsche Supermarkt zum Imperium des Iren Galen Weston gehört, kam mit Hilfe der weißen Waren innerhalb von zwei Jahren aus den roten Zahlen.

Solche spektakulären Erfolge sind allerdings in der Bundesrepublik trotz



Markenfreie Ware im Supermarkt: „Wer ist der nächste?“

wert. Doch nicht überall fand die August-Kampagne das gewünschte Echo.

Die Leibbrand-Offerten, urteilte die „Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs“, erweckten den Eindruck, als geschehe „etwas Episches“. Vor Gericht wies der Bad Homburger Abmahnverein nach, daß die Leibbrand-Preise aber keineswegs besonders niedrig seien. Die Richter untersagten den großspurigen Slogan.

Den Leibbrand-Managern kam die Attacke aus Bad Homburg gar nicht ungelegen: Das juristische Geplänkel brachte zusätzliche Publicity für eine Verkaufsmasche, die Leibbrand bei der Konkurrenz abguckte hat - die Einführung markenfreier Produkte.

Branchenkenner rechnen damit, daß der coop-Konzern, mit zehn Prozent Markt-Anteil einer der Riesen im Lebensmittelhandel, schon bald beim markenfreien Geschäft dabei sein wird. Selbst die großen Genossenschaften Edeka und Rewe, bisher strikt gegen namenlose Produkte, liebäugeln mit der schmucklos verpackten Ware. So plant die Rewe-Dortmund, umsatzstärkste Genossenschaft im Rewe-Verbund, die weiße Leibbrand-Ware zu übernehmen.

Jetzt, da die Preise wieder rascher steigen, sehen viele Lebensmittel-Händler in den Schlicht-Produkten eine Chance, sich als billige Einkaufsstätte zu profilieren. Sie versuchen damit, Discountern wie Aldi und Plus einen Teil der

wachsenden Verbraucherinteresses wohl kaum zu schaffen. Denn anders als in Amerika und Kanada, wo die Preisunterschiede zwischen einem „Generic“ und Markenartikeln oft bis zu 50 Prozent ausmachen, sind die Namenlosen hierzulande meist nicht viel billiger als Markenartikel, die in Sonderangeboten verkauft werden.

So bringt die neue Ware beim Deutschen Supermarkt gerade fünf Prozent des Umsatzes. Selbst die Tengelmann-Gruppe, die fast dreimal soviel markenfreie Produkte anbietet wie der Deutsche Supermarkt, kommt nach Branchenschätzungen mit ihrem markenlosen Sortiment nur auf acht Prozent des Gesamtumsatzes.

Es läßt sich eben nicht jedes Produkt in schmucklosen Einheitspackungen verkaufen, meinen die Skeptiker. Sobald ein Artikel mit hohem Prestigewert verbunden sei, hätten die Markenfreien keine Chance mehr.

„Denn welche Frau“, sinniert DS-Chef Hugo Mann, „würde schon einen No-Name-Lippenstift aus ihrer Tasche ziehen?“

ÖFFENTLICHER DIENST

Beamte vergiften

Der Plan der Ministerpräsidenten in den unionsregierten Ländern, jedes Jahr ein Prozent der Staatsdiener einzusparen, läßt sich nicht verwirklichen.

Rudolf Titzck, christdemokratischer Finanzminister aus Schleswig-Holstein, dämpfte voreilige Versprechungen seiner Parteifreunde: „Das läßt sich doch nicht von heute auf morgen machen.“

Die Zweifel des Ministers gelten einer publikumsträchtigen Annonce der Ministerpräsidenten in den unionsregierten Ländern. Die Länderchefs wollen, so beschlossen sie jüngst in Berlin, „in den nächsten Jahren jährlich ein Prozent“ der gut 1,1 Millionen Stellen im öffentlichen Dienst streichen.

Bei ihrer Ankündigung machten sie freilich keine Angaben darüber, wie lange sie an den Staatsdienern sparen wollen; denn würden sie ihr Versprechen regelmäßig einlösen, müßte der öffentliche Dienst in 50 Jahren um die Hälfte schrumpfen. Die Aufgaben jedoch blieben die gleichen, solange Gesetze, Verordnungen und Verwaltungsanweisungen nicht durchforstet werden – davon freilich war in der Selbstverpflichtung der Union nicht die Rede.

Immerhin forderten die Ministerpräsidenten vornehmlich sich selbst heraus: Während sie in ihrem Zuständigkeitsbereich immer noch in die vollen gingen, hat der Bund schon längst begonnen, Personal zu sparen. In diesem Jahr wurden bereits 3000 Stellen nicht mehr be-

setzt, 1982 sollen, geht es nach dem Haushaltsausschuß des Bundestages, weitere 3000 gestrichen werden.

Landespolitiker und Bürgermeister dagegen verkünden zwar seit 1978 Jahr für Jahr in goldenen Reden, sie wollten nun endlich auch ans Personal. Doch die Tatsachen sind anders: So nahmen Länder und Gemeinden nach Berechnungen des Finanzministeriums 1978 rund 60 000, 1979 gar 90 000 und 1980 immerhin noch 50 000 Bedienstete in den sicheren Schoß des öffentlichen Dienstes auf. Der Bund hat dagegen heute weniger Beschäftigte als 1975.

Ende der siebziger Jahre verpaßten Länder und Gemeinden die Chance, ihre Personalpolitik behutsam ihren leeren Kassen anzugleichen. Jetzt brauchen sie dafür, so Otto-Erich Geske, zuständiger Abteilungsleiter für Bund-Länderbeziehungen im Bundesfinanzministerium, einen „radikalen Kurswechsel“.

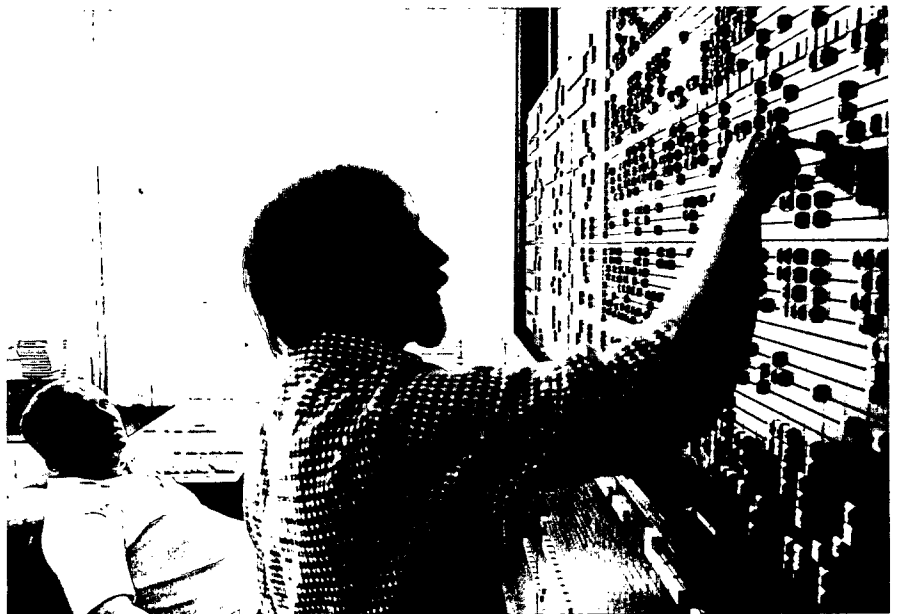
Das Sparziel: Die Länder müßten ihr Personal jährlich um rund 17 500 Be-

wäre kein Zeugnis von Sparwillen, sondern ein Armutszeugnis.“

So sind an Grund- und Hauptschulen sowie in Unterstufen von Gymnasien und Realschulen immer noch oft 25 bis 30 Kinder in jeder Klasse. So hat die Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung einen Bedarf von 582 000 Lehrern für das Jahr 1985 errechnet – immerhin 12 000 mehr, als im letzten Jahr in allen Schulen lehrten.

Doch schon jetzt finden längst nicht alle Junglehrer eine Anstellung, sind über 50 000 Lehrer arbeitslos oder werden zwangsweise nur auf halben oder Viertelstellen beschäftigt. Kein Wunder, daß die Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft den CDU/CSU-Plan als „beschäftigungspolitische Todsünde“ verurteilt.

Oder die Innere Sicherheit: Auf dem Höhepunkt der Terroranschläge 1977 waren sich alle Bonner Parteien, Bund und Länder einig, daß nur mehr Polizi-



Lehrer bei der Stundenplanung: Das Sparprogramm träfe die Falschen

dienstete, die Gemeinden um 10 800 abbauen. Bayerns Ministerpräsident Franz Josef Strauß etwa, der von 1975 an im Schnitt jedes Jahr rund 6000 Freistaatsdiener zusätzlich einstellte, müßte künftig Jahr für Jahr 2500 Posten streichen. Grobgerechnet müßte etwa jede zweite Stelle, die durch Pensionierung oder Kündigung frei wird, nach dem Sparplan der Union für immer wegfallen.

Wo gestrichen würde, ahnt Bundesbildungsminister Björn Engholm bereits: nicht in den Rathäusern oder Ministerien, sondern dort, wo es die Schwachen der Gesellschaft trifft, in den Kindergärten, Schulen, Altenheimen, in den Pflegestätten für Behinderte und an den Unterkünften für Obdachlose.

Engholm: „Hier mit dem Rasenmäher der Ein-Prozent-Kürzung durchzugehen,

sten und Grenzschrützer die Bundesrepublik sichern könnten.

Jetzt sollten, argwöhnt der Düsseldorfer Innenminister Herbert Schnoor, die neuen Beamten offenbar die Uniform wieder ausziehen. Eher, so seine Rechnung, wäre weiterer Nachwuchs für die Polizeikasernen, Wachstuben und Gefängnisse nötig: Die Polizisten allein in Nordrhein-Westfalen reißen pro Jahr 4,5 Millionen Überstunden ab, die Beamten im Strafvollzug eine Million.

Wichtiger als die kühnen Sprüche der Ministerpräsidenten wäre, so der Stuttgarter CDU-Oberbürgermeister Manfred Rommel, ein Versuch, überflüssige Vorschriften von Behörden abzuschaffen. Denn die Personaleinsparungen stoßen schon bald auf natürliche Grenzen. Rommel: „Wir können die Beamten ja schließlich nicht vergiften.“