



Der Kampf um den veganen Kunden

Vor vier Jahren hat Migros die Produkte des deutschen Bio-Supermarkts Alnatura ins Sortiment geholt, nun holt sich auch Coop mit Veganz Verstärkung aus Deutschland. Doch wie hat der Siegeszug von veganen Produkten begonnen? Swissveg hat mit Experten über die Vergangenheit und Zukunft des veganen Detailhandels gesprochen.

V-Label und Migros

Als vor 20 Jahren das Europäische Vegetarismus-Label registriert wurde, gab es noch kein explizit veganes Angebot im Schweizer Detailhandel. Vegane Sandwiches? Schlagcreme? Mayonnaise? Unvorstellbar! Doch mittlerweile wird es immer einfacher, sich rein pflanzlich zu ernähren. Den Anfang machte 1996 Migros mit ihrer vegetarischen Linie «Cornatur». Die Quorn-Produkte waren damals die ersten

Fertigprodukte, welche mit dem V-Label zertifiziert wurden. Mittlerweile führt Migros 104 als vegetarisch und 272 als vegan gekennzeichnete Artikel im Sortiment. Die Detailhändlerin hat den Bio-Supermarkt in die Schweiz gebracht und bietet seit 2012 zudem eine grosse Auswahl Alnatura-Produkte im Standard-Sortiment an. Die Produkte scheinen bei den Kunden anzukommen. Die Migros erwirtschaftete im vergangenen Jahr 109 Millionen Franken Umsatz mit

solchen Lebensmitteln. Wobei in dieser Zahl nur die Absätze in Migros-Filialen enthalten sind, nicht aber jene in Alnatura-Supermärkten. Bis 2017 will die Migros ihr vegetarisch und vegan zertifiziertes Angebot um 30 Prozent ausbauen.

Coop und Veganz

Aber auch Coop hat die vegane Kundschaft als Zielgruppe entdeckt. Zurzeit verkauft das Unternehmen

rund 400 Produkte, die das V-Label tragen. Gut 300 davon sind vegan. Unter dem Label «Karma» bietet Coop seit 2013 vegetarische und vegane Frisch- und Fertigprodukte an. Das Umsatzpotenzial dieser Linie schätzt Coop auf 500 Millionen Franken. Zudem hat die Detailhändlerin vor Kurzem einen Deal mit dem deutschen Vegan-Supermarkt «Veganz» geschlossen und führt seit dem 30. Mai in 180 Verkaufsstellen dessen Produkte. Patricia Wiesmann, Mitverantwortliche für die Einführung der Veganz-Produkte, begründet den Entscheid damit, dass dadurch das vegane Sortiment umfassend abgerundet wird: «Coop

ist immer bestrebt, alle Kundenbedürfnisse ernst zu nehmen, weshalb wir auch ein gutes Angebot für Veganer anbieten möchten»



Vegi-Service und die «Grossen»

Wer bereits seit 20 Jahren und länger vegan lebt, kann noch davon erzählen, dass er seinen Tofu ausschliesslich im Reformhaus kaufen konnte. Auch Sojamilch gab es dort, doch das war's dann. Von der Vielfalt des heutigen Vegan-Sortiments konnten die ersten Veganer damals nur träumen. Das fehlende Angebot war 1997 für Katharina und Andreas Läufer ein Ansporn, ihre Produkte selber her-

zustellen. Was damals mit der veganen Cervelat-Alternative «Knacker» begann, ist mittlerweile zu einem Sortiment von über 60 Produkten angewachsen. Den internationalen Durchbruch hat die Vegi-Service AG mit ihrem No-Muh-Chäs geschafft. Wie sieht Andreas Läufer die derzeitige Entwicklung im Detailhandel? «Da in unserem Team alle selbst vegan leben, begrüssen wir diesen Trend sehr. Wir sehen das auch nicht so sehr als Konkurrenz, sondern eher als Ausweitung des Marktes. Wer einmal vegan probiert und so einen nachhaltigen Lebensstil für sich entdeckt hat, ist vielleicht auch bereit, einmal etwas online zu bestellen.» Angst davor, von den Grossen überrannt zu werden, hat Andreas nicht. Er ist davon überzeugt, dass die vegane Nische genug Abwechslung für alle bietet: «Vegan ist einer der ganz wenigen Bereiche für Nahrungsmittelproduzenten, in denen noch ein grosses Wachstumspotential vorhanden ist. Daher wird sich das Angebot an explizit veganen Produkten noch stark vermehren».

Eva's Apples und die Konkurrenz

Im Schatten der Grossen stehen die kleinen Vegan-Läden, die mittlerweile in fünf Schweizer Städten entstanden sind – weitere sind bereits in Planung. Wie können sie dem Druck der grossen Detailhänd-

ler Stand halten? Eva Kelemen von Eva's Apples in Zürich und Bern war die erste, die einen veganen Laden in der Schweiz eröffnet hat: «Wir spüren die Konkurrenz natürlich schon, trotzdem war und ist es für mich persönlich ein gutes Zeichen, wenn die Nachfrage so steigt, dass die grossen Detailhändler ebenfalls vegane Produkte anbieten.» Aber in Evas Brust schlagen zwei Herzen, wie sie zu verstehen gibt. «Aus Sicht einer reinen Kauffrau ist es natürlich eine Bedrohung, aber aus der Sicht einer Idealistin ist es eine grosse Freude zu sehen, dass da endlich im Grossen etwas geht und sich immer mehr Menschen zumindest als Flexitarier versuchen.»

Pioniere und Geschäftsleute

Was für den Veganer von heute also ein Grund zur Freude ist, bereitet den Pionieren von gestern Kopfzerbrechen. Sie sind Opfer ihres Erfolgs geworden, denn Migros und Coop können nun von deren mühseliger Grundlagenarbeit profitieren. Trotzdem darf man sich nichts vormachen: Die Branchenriesen werden jetzt schauen, wie sich ihr veganes Sortiment verkauft. Bringt es nicht genügend Profit, müssen die Produkte wieder anderen – nicht veganen – weichen. Im Gegensatz dazu geht es Eva's Apples und Co. um mehr: «Wir möchten die vegane Bewegung vorantreiben, deswegen nehmen wir einiges in Kauf – auch

in finanzieller Hinsicht. Es geht schliesslich nicht nur um uns, sondern darum, endlich die Tiere aus ihrer jahrtausendealten Sklaverei und Ausbeutung zu erlösen», meint Eva. Diese Einstellung ist es, welche die Betreiber der veganen Unternehmen von den grossen Detailhändlern unterscheidet. Es sind die Unermüdlichen, die mitten in der veganen Szene leben und mit Menschen im direkten Kontakt über die Beweggründe für eine vegane Lebensweise sprechen können. Ganz egal, ob Sie als Kunde bei Migros, Coop oder im veganen

Laden einkaufen: Für einen nachhaltigen Erfolg für Tiere, Umwelt und Gesundheit muss die vegane Lebensweise in das Bewusstsein der Konsumenten Einzug halten. Damit das, was vor 20 Jahren dank einer Gruppe von Idealisten angefangen hat, nicht vergessen wird – jetzt, wo es zum Trend geworden ist.

Bernadette Raschle

Übrigens: Auch die anderen Schweizer Detailhändler bieten ein wachsendes Angebot für Veganer an. Spar führt seit 2012 die Linie «Spar Veggie» mit

einer kreativen Auswahl vegetarischer und veganer Produkte. Aldi führt vor allem in seiner Bio-Linie «Natur aktiv» in regelmässigem Turnus V-Label zertifizierte Produkte an. Das Angebot für Veganer ist im Lidl derzeit noch bescheiden. Seit Kurzem hat der Supermarkt allerdings neu die Joya-Sojamilch und Joghurts in das Sortiment aufgenommen.

3 Fragen an Jan Bredack

Gründer der veganen Supermarktkette «Veganz»



Seit Ende Mai sind Veganz-Produkte im Coop erhältlich. Was ist konkret geplant?

Alle unsere Produkte sind seit dem 30. Mai 2016 in rund 180 Coop-Filialen erhältlich. Das Sortiment von Veganz bietet unter anderem Soja-Medaillons, herzhaft Saucen, Kokosblütenzucker und Süsseigkeiten.

Wie sieht die Zukunft in Deutschland aus? Was wird sich auf dem veganen Markt noch tun?

Der Trend zum Veganismus ist nicht nur eine Modeerscheinung. In der Zukunft werden wir mit vielen neuen Produktinnovationen auf dem Markt rechnen können. Auch

wir von Veganz planen unser eigenes sortimentsübergreifendes Portfolio bis Ende 2017 von derzeit etwa 110 auf 300 Produkte zu erweitern.

Ihr habt euch lange nach einem Standort in Zürich umgeschaut – wurden diese Bestrebungen mittlerweile eingestellt?

Im Moment konzentrieren wir uns vor allem auf den Ausbau der nationalen Distribution sowie der internationalen Expansion. Weitere Filialen sind in absehbarer Zeit daher nicht geplant.

Das vollständige Interview:
www.swissveg.ch/veganz

