

Am Freilandeier verdienen Coop und Migros am meisten

Der Tierschutz kritisiert die Preispolitik der Grossverteiler – auf den Einstandspreis schlagen sie fast 80 Prozent drauf

Erich Bürgler

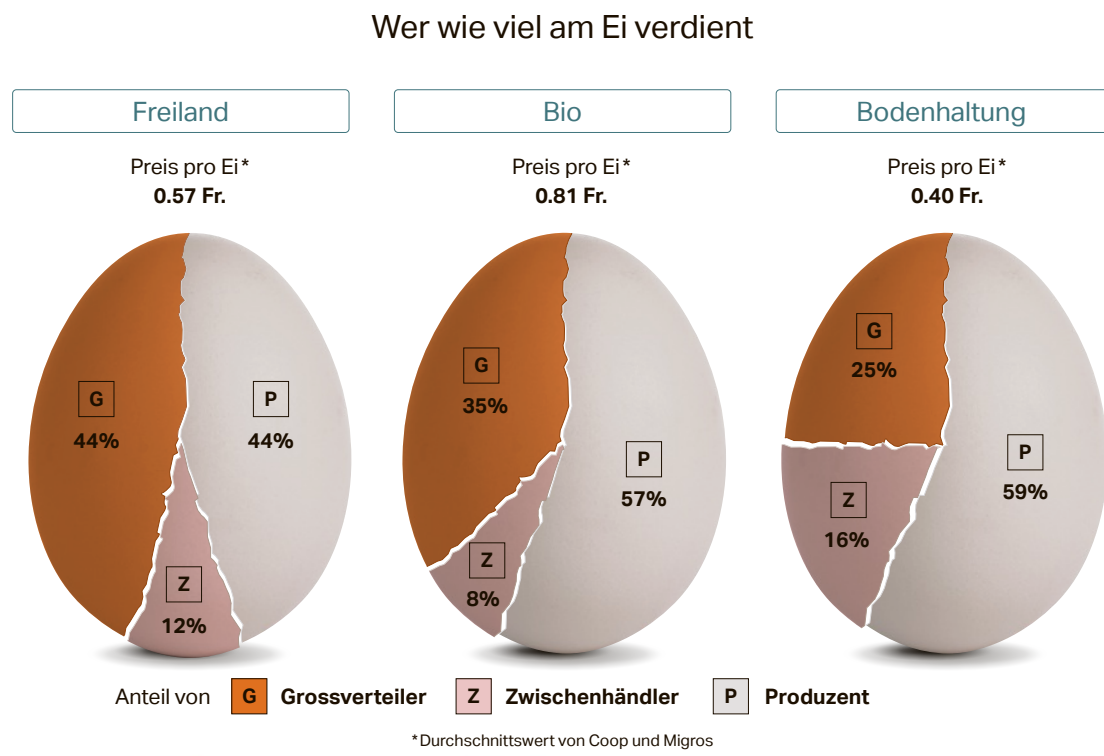
Beim Eierkauf greifen viele Kunden von Coop und Migros zur blauen Packung: dem Freilandeier. Es sind die beliebtesten Eier im Schweizer Detailhandel. Genau an ihnen verdienen die Grossverteiler am besten. Das zeigen Berechnungen des Schweizer Tierschutzes.

Vom durchschnittlichen Ladenpreis gehen rund 44 Prozent an die Grossverteiler. Beim Bio-Ei sind es rund 35 und bei der Produktion aus Bodenhaltung nur 25 Prozent. Stefan Flückiger, Geschäftsführer vom Schweizer Tierschutz, kritisiert die Preispolitik von Migros und Coop. Freiland- und Bio-Eier aus tierfreundlicher Haltung seien im Vergleich zu den Eiern aus Bodenhaltung zu teuer. «Die Detailhändler wissen genau, dass Kunden, die auf das Tierwohl achten, eine grössere Zahlungsbereitschaft haben. Deshalb verlangen sie dafür höhere Preise.»

Tiefere Preise im Laden sind gut für die Hühner

Flückiger hält den Betrag, den die Grossverteiler auf den Einstandspreis schlagen, für überhöht. Zum Vergleich: Beim Freilandeier beträgt der Aufschlag im Durchschnitt rund 78 Prozent. Beim Produkt aus Bodenhaltung nur rund ein Drittel. Dabei erbringen die Detailhändler laut Flückiger bei beiden die praktisch gleiche Leistung.

Wären die Eier aus tierfreundlicher Produktion günstiger, wür-



den wohl noch mehr Kunden sie kaufen – auch die, die auf den Preis achten. Das käme dem Wohl der Legehennen zugute. Bio und Freiland machen rund 50 Prozent der in den Läden verkauften Eier aus.

Migros verzichtet künftig auf Eier aus Bodenhaltung

Coop verweist darauf, dass der Tierschutz mit Bruttomargen rechnet. Nicht berücksichtigt seien dabei zusätzliche Kosten durch Zertifizierungen, Kontrollen und die Sicherstellung der Rückverfolgbarkeit, die bei Label-Eiern nötig sind. Bei der Migros heisst es, die in der Studie gezeigten Margen lägen «deutlich über den tatsächlichen Margen der Migros». Der Tierschutz bezieht sich auf einen Durchschnittswert von Coop und Migros.

Die Migros nimmt bis Ende Jahr die Bodenhaltungseier aus dem Sortiment. Auch die Importeure werden auf Freilandhaltung umgestellt. Konkurrent Coop zieht nicht mit. Man wolle den Kunden die Wahlfreiheit bieten, sagt ein Sprecher.

Nicht alle Kunden wollen oder können sich zu den derzeitigen Preisen Eier aus tierfreundlicher Haltung leisten. Dass ihre Zahlungsbereitschaft Grenzen hat, zeigt auch die Tatsache, dass gar nicht alle Freilandeier unter diesem Label verkauft werden können. Laut dem Tierschutz müssen «grosse Mengen an Freilandeiern deklassiert werden». Bei zu geringer Nachfrage werden aus Freiland-eiern solche aus Bodenhaltung.

Holger Alich

Die gestern vorgestellte neue Strategie der Raiffeisen-Gruppe stellt eine weitere Abkehr von der Ära Pierin Vincenz dar, die von teuren Zukäufen geprägt war. Doch ist sie noch nicht ausgestanden. Diese Woche erlitt Raiffeisen eine Schlappe vor dem Bundesgericht. Die Bank wollte die damals geschlossenen Kaufverträge für die Beteiligungsgesellschaft Investnet für ungültig erklären lassen. Das Gericht lehnte das ab.

Herr Lachappelle, hat Ihnen das Bundesgericht einen Strich durch die Rechnung gemacht?

Nein. Das Gerichtsurteil hat nur prozessuale Fragen geklärt. Es ging darum, ob wir mit der Feststellungsklage den Aktientauschvertrag für ungültig erklären lassen können. Das hat das Gericht verneint. Jetzt müssen prüfen, wie wir unsere Ansprüche durchsetzen.

Muss Raiffeisen nun Ende Juni die restlichen Investnet-Anteile den Gründern abkaufen, wie es die Verträge vorsehen?

Nein, denn wir fechten alle Verträge an. Wichtig ist dabei, dass wir dafür die Erkenntnisse aus dem anstehenden Strafverfahren verwenden können. Sollte das Gericht feststellen, dass bei Abschluss dieser Verträge gegen Strafrecht verstossen wurde, so hilft uns das natürlich bei den zivilrechtlichen Verfahren. Ich weiss aber nicht, wann der Prozess beginnt.

Raiffeisen will mehr Produkte von Partnern verkaufen, auch über ein Finanzportal. Aber geht der Trend nicht weg von Banken Richtung Vergleichsportale, wo Kunden die Wahl zwischen mehreren Anbietern haben?

Ja, Sie haben recht. Wenn Raiffeisen selbst Versicherungen anbieten würde, würden unsere Kunden daran zweifeln, dass wir die Kompetenz dafür haben. Wir bekennen uns zum Open Banking, also dass Drittanbieter Produkte über unsere Plattform verkaufen. Es ist nicht so, dass wir in allen Bereichen nur exklusive Partnerschaften eingehen werden. Auch unser eigener Immobilienmakler, Raiffeisen Casa, soll sich dem Wettbewerb stellen.

Soll dann Raiffeisen Aargau mit einer anderen Versicherung zusammenarbeiten als Raiffeisen Waadt?

Nein. Im Bereich Versicherung suchen wir eine exklusive Partnerschaft, die auch Raiffeisen weiterbringt.

Was heisst das konkret?

Eine Idee sind kombinierte Produkte, also, dass Sie mit dem Abschluss einer Hypothek gleich eine Lebensversicherung kaufen. Ferner möchten wir, dass der neue Versicherungspartner auch die Produkte von Raiffeisen verkauft.

Welche Produkte will Raiffeisen in Zukunft konkret verkaufen, die es jetzt nicht gibt?

Im Bereich Wohnen wollen wir Kunden auch bei der Abwicklung eines Kaufs unterstützen. Hier kann ich mir vorstellen, dass wir mit Notaren zusammenarbeiten. Ich kann mir auch vorstellen, dass wir ökologische Sanierungen und den Austausch von alten Ölheizungen mit lokalen Partnern unterstützen. Das sind nur Ideen, die Strategie wird jetzt in Arbeitsgruppen konkret ausformuliert.

Wenn Raiffeisen lokal mit dem Gewerbe zusammenarbeiten will: Wie verhindern Sie neue Mini-Vincenz-Fälle, etwa dass ein Banker sich von einem Heizungsbauer einladen lässt, damit er Partner der Bank wird?

Wir haben eine Corporate Governance, die auf dem neusten Stand ist und in der ganzen Gruppe Anwendung findet. Wir werden zudem in Zusammenarbeit mit

Raiffeisen-Präsident: «Das Standortnetz wird tendenziell kleiner»

Guy Lachappelle über seine neue Strategie und die Abkehr von der Ära Pierin Vincenz



Guy Lachappelle will über die Plattform von Raiffeisen auch Drittanbieter ihre Produkte verkaufen lassen. Foto: G. Bally (Keystone)

Raiffeisen gibt sich eine neue Strategie

Die drittgrösste Schweizer Bankengruppe hat sich gestern die neue Geschäftsstrategie «Raiffeisen 2025» verpasst, um die Abhängigkeit vom Hypothekengeschäft zu lockern. Dazu will Raiffeisen auch mehr Produkte von Drittanbietern verkaufen und so das Angebot erweitern. Im Bereich Wohnen soll die Bank zum Rundumanbieter werden, der nicht nur eine Immobilie finanziert, sondern auch bei der Suche hilft, die Liegenschaft verwaltet und versichert. Dazu sucht Raiffeisen einen neuen Versicherungspartner, um neue Policen zu entwickeln. Ihre Umsetzung dem Namen «Raiffeisen» vermarktet werden

sollen. Ferner will die Bank online alle wichtigen Produkte über ein eigenes Finanzportal verkaufen. Diese Strategie setzen reine Onlinebanken wie N26 oder Revolut bereits um. Raiffeisen ist indes dezentral in 229 selbstständige Mitgliedsbanken organisiert. Das begrenzt den Einfluss der Zentrale, etwa beim Kostensparen. Hier sollen Prozesse wie jener der Kreditvergabe nur standardisiert, aber nicht zentralisiert werden. Die neue Strategie soll ab 2025 jedes Jahr 500 Millionen dank zusätzlicher Erlöse und Einsparungen einbringen. Ihre Umsetzung kostet zunächst 550 Millionen Franken. (ajl)

Guy Lachappelle

Der Jurist präsidiert seit November 2018 den Verwaltungsrat von Raiffeisen Schweiz. Sein Mandat: die drittgrösste Bankengruppe nach dem Skandal um Ex-Chef Pierin Vincenz neu aufstellen. Vor Raiffeisen leitete der 58-Jährige die Basler Kantonbank. Dort musste er den US-Steuerstreit und den ASE-Betrugsfall aufarbeiten. Die Staatsanwaltschaft ermittelt indes noch, ob die Bankführung damals zu spät eine Geldwäsche-meldung gemacht hat. (ajl)

Raiffeisenbanken eine Kooperations- und Beteiligungsstrategie erarbeiten. Wenn wir die Bank nach aussen für Partner öffnen, müssen wir eine saubere Governance sicherstellen.

Einen gross angelegten Stellenabbau soll es nicht geben. Aber was ist mit den Standorten? Soll das Netz ausgedünnt werden?

Das Standortnetz wird tendenziell kleiner, aber wir sind immer noch bei 847 Standorten. Es gibt keinen zentralen Schliessungsplan, denn über die Standorte entscheiden die Raiffeisenbanken lokal und autonom. Wir wollen weiter die Nähe zu den Kunden erhalten.

Sie wollen 550 Millionen Franken in die Umsetzung der neuen Strategie investieren. Wofür geben Sie das Geld aus?

Ein grosser Kostenblock ist der Aufbau eines neuen digitalen Kundenportals, welches nahtlose und bessere Kundenerlebnisse schafft. Was soll diese Plattform den Kunden denn alles bieten? Es soll mehr als E-Banking sein. Unsere Vision ist, dass ein Kunde

«Ich bin Teil der Aufarbeitung des ASE-Falls und nicht Teil der Ursache»

über das Portal all das machen kann, was er heute in seiner Raiffeisenbank erledigen kann. Zum Beispiel eine Beratung per Video oder auch den Abschluss von Verträgen.

Ist das nicht längst Standard? Noch nicht. Alle Banken arbeiten daran, doch längst nicht alle haben Dienste, die ein umfassendes Kundenbedürfnis abdecken, wie zum Beispiel Videoberatung.

Mithilfe der neuen Strategie soll Raiffeisen weniger abhängig vom Zinsgeschäft werden, das derzeit über 70 Prozent der Erträge einbringt. Wie hoch soll der Anteil in Zukunft noch sein? Wir sind jetzt dabei, die Strategie auf einzelne Bausteine herunterzubrechen. Wie stark die neuen Geschäftsfelder zu den Einnahmen beitragen werden, ist daher noch unsicher. Ich denke, dass wir bis 2025 den Anteil des Zinsgeschäfts an den Einnahmen von 74 auf gegen 60 Prozent senken können. Die genauen Zielwerte werden erarbeitet.

Als Sie bei der Basler Kantonbank waren, gab es den ASE-Betrugsfall. Die Staatsanwaltschaft ermittelt, ob die Bank zu spät eine Geldwäsche-meldung gemacht hat. Droht Ihnen da noch was?

Ich bin froh, dass Sie diese Frage stellen. Ich bin seit sieben Jahren nicht ein einziges Mal von einer Behörde kontaktiert, geschweige denn zum Fall ASE befragt worden. Wie erklären Sie sich das? Das hat einen einfachen Grund: Meiner Rolle wurde damals geklärt. Sonst wäre ich nicht Chef der Basler Kantonbank geworden, geschweige denn Präsident von Raiffeisen Schweiz. Ich lese immer wieder in den Medien, dass ich wegen des ASE-Falls ein Problem hätte. Doch ich selbst habe dazu noch nie etwas gehört. Der Fall betrifft die Basler Kantonbank.

Deren Geschäftsleitungsmitglied Sie damals waren. Sollten die Behörden feststellen, die Basler Kantonbank habe zu spät eine Geldwäsche-meldung gemacht, dann fällt das doch auch auf Sie zurück?

Darüber spekulieren die Medien nun seit Jahren. Fakt ist, ich bin Teil der Aufarbeitung des ASE-Falls und nicht Teil der Ursache.

Anzeige



Zürich/Phnom Penh, im Juni 2020

Das nachhaltige Prinzip von Dr. Beat Richner

Dr. Beat Richners Vorstellung, wie medizinische Hilfe in armen Ländern funktionieren soll, hat sich als richtig und wegweisend erwiesen: Zu seinen Grundsätzen gehörte von Anfang an, dass jeder Franken Spendengeld direkt und korruptionsfrei zu den kranken Kindern kommt, die kostenlos geimpft, operiert und gepflegt werden, weil die Mehrheit der Menschen in Kambodscha mausam ist und es für sie keine Krankenversicherungen gibt.

Die Stiftung Kinderspital Kantha Bopha, Dr. Beat Richner trifft alle Entscheidungen von finanzieller Tragweite wie Spitalbauten, Investitionen, Anstellung und Entlohnung des kambodschanischen Personals, Einkauf von Materialien und Medikamenten allein und in enger Abstimmung mit dem lokalen Leitungsteam der Spitäler.

Die fünf Kinderspitäler Kantha Bopha sind heute unverzichtbarer Teil des öffentlichen Gesundheitswesens. Ihre Finanzierung erfolgt über Regierungsbeiträge von Kambodscha und der Schweiz, aber mehrheitlich immer noch über private Spenden. Mehr als ein Drittel des Budgets wird mit Beiträgen aus Kambodscha geleistet, ohne Einmischung der kambodschanischen Regierung in die Spitalführung.

Diese Private-Public-Partnership ist sowohl von der Schweizer wie von der kambodschanischen Regierung als zukunftsweisendes Modell anerkannt.

Auch das Universitäts-Kinderspital Zürich (Kispi) wird von einer Stiftung (Eleonorenstiftung) getragen. Es pflegt seit fast dreissig Jahren eine enge Partnerschaft mit Kantha Bopha und entsendet regelmässig seine Direktoren und Professoren zur Weiterbildung des einheimischen Personals nach Kambodscha. Das Kispi und Kantha Bopha mit ihren jeweiligen Stiftungen sind beste Beispiele für effizient funktionierende Kinderspitäler mit öffentlichem Leistungsauftrag.

Die Stiftung Kinderspital Kantha Bopha, Dr. med. Beat Richner garantiert auch weiterhin, dass die Spenden nach den Prinzipien des Gründers verwendet werden, mit einem für Hilfswerke sehr tiefen Verwaltungsaufwand von rund 3 Prozent.

Jeder Franken hilft heilen, retten und vorbeugen.

Dr. iur. René Schwarzenbach, Präsident, Prof. Dr. med. Michael Grozter, Vizepräsident Stiftung Kinderspital Kantha Bopha, Dr. med. Beat Richner, PC 80-60699.1, IBAN Nr. CH98 0900 00008006 0699 1 www.beat-richner.ch, www.facebook.com/dr.beat.richner

Die Hälfte der Schweizer Firmen hat keine Frauen in der Chefetage

Sechs Unternehmen haben weder in Verwaltungsrat noch Geschäftsleitung eine Frau

Suzanne Thoma (BKW), Philomena Colatrella (CSS-Versicherung), Magdalena Martullo-Blocher (Ems-Chemie). Sie sind die einzigen Chefinnen bei einem der 118 grössten Schweizer Arbeitgeber. Das geht aus dem jährlichen Schilling-Report hervor, den Kadervermittler Guido Schilling diese Woche im Detail vorstellte.

97 Prozent der untersuchten Firmen werden von einem Mann geführt. Erst 53 Prozent der grössten Unternehmen beschäftigen eine oder mehrere Frauen in ihrer Geschäftsleitung. Dass trotz der gestiegenen Sensibilisierung 47 Prozent der untersuchten Unternehmen keine einzige Frau im obersten Führungsgremium haben, erstaunte ihn, schreibt Schilling.

Zu den rein männergeführten Unternehmen gehören international tätige Grosskonzerne wie Schindler, Glencore, Sika und Swisslife, der zweitgrösste Arbeitgeber Coop, die Raiffeisen-Gruppe und auch die TX Group, die unter anderem die SonntagsZeitung herausgibt.

Noch 11 Prozent der untersuchten Unternehmen sind im Verwaltungsrat ohne Frauen unterwegs. Unter den Verwaltungsratspräsidenten der 90 berücksichtigten Unternehmen finden sich nur fünf Präsidentinnen: Daniela Bosshardt-Hengartner (Galencia), Doris Russi Schurter (Helvetia), Ursula Nold (Migros), Monika Ribar (SBB) und Nayla Hayek (Swatch Group).

Sechs Firmen haben weder im Verwaltungsrat noch in der Geschäftsleitung eine Frau. Es sind der Gebädezulieferer Ar-



Nur drei Frauen führen einen der grossen Arbeitgeber: Suzanne Thoma (BKW), Philomena Colatrella (CSS), Magdalena Martullo-Blocher (Ems)

bonia, der Maschinenhersteller Bobst, der Flugzeug-Caterer Gategroup, die Restaurant- und Hotelgruppe Mövenpick, der Elektronikzulieferer Phoenix Mecano und der Textilmaschinenbauer Rieter.

Auffällig: Zwei dieser sechs Unternehmen gehören zu den Beteiligungen des Industriellen Michael Pieper. Er ist Hauptaktionär von Arbonia und zusammen mit Peter Spuhler einer der beiden bestimmenden Aktionäre von Rieter.

Immerhin: Seit verganginem Jahr sitzt in Piepers eigenem Unternehmen, dem Küchenhersteller Franke, eine Frau im Verwaltungsrat. Dasselbe gilt für den Autozulieferer Autoneum, an dem Pieper ebenfalls zusammen mit Peter Spuhler namhaft beteiligt ist.

Steigerung des Frauenanteils ist ein Generationenprojekt

Als Guido Schilling vor 15 Jahren zum ersten Mal die Zusammensetzung der Führungsgremien der grössten Schweizer Arbeitgeber untersuchte, betrug der Anteil der Frauen in den Geschäftsleitungen noch 4 Prozent. Heute erreicht er mit 10 Prozent erstmals einen zweistelligen Wert. Aufgrund der langsamen Entwicklung bleibe ein ausgewogener Anteil von Frauen und Männern in den Geschäftsleitungen «ein Generationenprojekt», sagt Schilling.

Etwas schneller geht es in den Verwaltungsräten. Dort stieg der Frauenanteil seit der ersten Erhebung vor zehn Jahren von 10 auf heute 23 Prozent. «Die Entwicklung verläuft seit Jahren konstant, weshalb ich damit rechne, dass wir in diesem Gremium die Marke von 30 Prozent bis 2024 erreicht haben werden», sagt Schilling. Peter Burkhardt