

Eigenmarken von Lidl holen die besten Noten bei Stiftung Warentest

Vergleich.org-Studie, August 2015

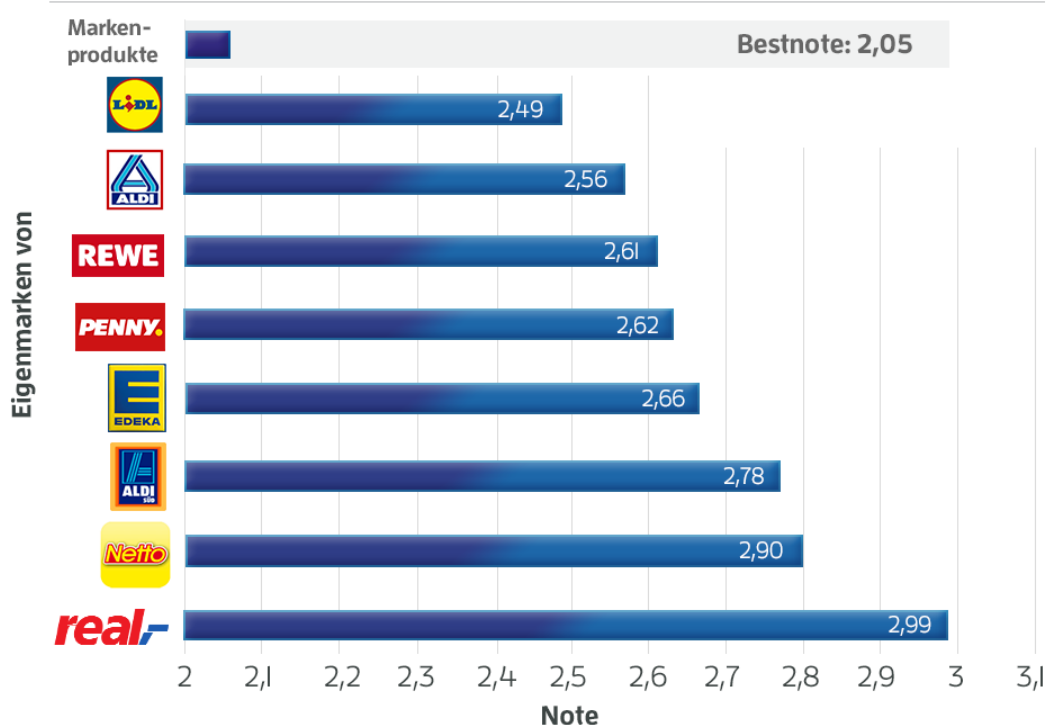
Das unabhängige Vergleichsportal Vergleich.org ermittelte aus über 60 Testberichten der Stiftung Warentest im Zeitraum von 2011 bis 2015 die besten Eigenmarken deutscher Supermärkte – mit folgenden Resultaten:

- Die besten Eigenmarkenprodukte hat Europas größter Discounter Lidl im Angebot (Durchschnittswertung bei Stiftung Warentest: 2,49)
- Auf den Plätzen 2 und 3 folgen Lebensmittel der Eigenmarken von ALDI Nord und REWE (Durchschnittsnoten 2,56 und 2,61)
- Markenprodukte sind nach wie vor die erste Wahl für höchste Güte und liefern im Schnitt das Höchstmaß an Qualität (Note 2,05)

Discounter-Eigenmarken:

Welcher Supermarkt liefert im Durchschnitt die beste Qualität?

Basierend auf Testergebnissen der Stiftung Warentest, 65 Einzeltests, 2011-2015



BERLIN – Der Marktanteil der in deutschen Supermärkten verkauften Eigenmarken wächst stetig. Seit 2009 nahm er einer Nielsen-Studie zufolge um mehr als 6 % zu und liegt momentan bei über 34 % - Tendenz steigend: Laut Wolfgang Adlwarth von der GfK, sei die Etablierung von Eigenmarken ein „langfristiger Trend“.

Nur in Großbritannien, Spanien sowie der Schweiz landen noch mehr Eigenmarken in den Einkaufskörben: Hier stammen beinahe die Hälfte der gekauften Produkte nicht von Markenherstellern, sondern von den Eigenmarken der Supermärkte, auch Handelsmarken genannt.

Fast immer lagern die Supermärkte die Produktion an Hersteller aus. Vergleich.org hat ermittelt, welcher Supermarkt hier das beste Händchen für die Auswahl des Herstellers hatte. Aus über 60 Einzeltestberichten der Stiftung Warentest zwischen 2011 und 2015 hat das unabhängige Verbraucherportal Durchschnittsnoten für jede Supermarktkette aggregiert.

Eigenmarken von Lidl holen die besten Noten bei Stiftung Warentest

Vergleich.org-Studie, August 2015

Am besten schnitt hierbei Lidl ab (Note 2,49), gefolgt von Eigenmarkenprodukten des Discounters ALDI Nord und des Supermarktes REWE mit den Noten 2,56 und 2,61. Das Schlusslicht bildeten die Eigenmarken von real,-: Sie erreichten nur eine durchschnittliche Notenwertung von 2,99. Im Mittelfeld tummeln sich der Vollsortimenter EDEKA und die Discounter PENNY, ALDI SÜD sowie der Netto Marken-Discount.



Supermärkte bewerben Eigenmarken offensiv

Im Supermarkt zu finden sind die Eigenmarken nicht zwangsläufig immer als „Bückware“ im unteren Regalbereich – häufig reihen sich hier Marken an Preiswert-Pendants. Viele Ketten scheuen auch nicht davor, Billigprodukte offensiv zu präsentieren und in separaten Regalen zu bewerben. Vorbei also die Zeit des „Versteckens“ der günstigen Lebensmittel – der preisbewusste Kunde greift ohnehin zum erschwinglicheren Artikel.

Vergleich.org-Redakteur und Handelsspezialist Stefan Häusler dazu: „Für die Preiswahrnehmung der Kunden sind sehr günstige Eigenmarken enorm wichtig. Zurzeit sind insbesondere qualitativ hochwertige vegetarische und vor allem vegane Bio-Produkte stark gefragt – deshalb beobachten wir dahingehend eine deutliche Erweiterung der Eigenmarkenlinien.“

Mittelmarken sind häufig teurer, ohne bessere Qualität zu liefern

Bei den Vollsortiment-Supermärkten beobachten die Tester die Einführung von Mittelmarken wie zum Beispiel „REWE Beste Wahl“ oder „real,- Quality“. Im Test (August 2015) war „real,- Quality“ durchschnittlich 110 % teurer als preiswerte „TIP“-Ware, während „REWE Beste Wahl“ im Schnitt 73,3 % teurer war als die günstigeren „ja!“-Pendants. Höhere Qualität liefern die Marken aber nur selten: „Mittelmarken dienen vor allem der Erzielung höherer Gewinne auf Seiten der Händler“, so Häusler.

Zu diesem Ergebnis kam bereits der ARD „Markencheck“ im Jahre 2013: Der Kochschinken des Vollsortimenters REWE ist in unterschiedlichen Preisklassen - vom Billigprodukt der Marke „ja!“ über die Mittelmarke „Wilhelm Brandenburg“ bis hin zur frischen Ware aus der Theke - geprüft und als qualitativ gleichwertig bewertet worden, denn die Erzeugnisse stammten aus ein und derselben Produktion.

Hintergrund

Eigenmarken von Lidl holen die besten Noten bei Stiftung Warentest

Vergleich.org-Studie, August 2015



Vergleich.org ist ein regelmäßig erscheinendes Verbrauchermagazin und bietet seinen Lesern eine umfassende Kaufberatung für Produkte sowie Dienstleistungen des täglichen Bedarfs. Kostenlose Ratgeber und Vergleichstabellen helfen Lesern, kleine und große Kaufentscheidungen richtig zu treffen. Damit erreicht das Team aus erfahrenen Journalisten monatlich über 3.400.000 Konsumenten (Stand: August 2016). Herausgeber von Vergleich.org ist die VGL Verlagsgesellschaft mit Sitz in Berlin.

Pressekontakt:

VGL Verlagsgesellschaft mbH
Köpenicker Straße 126
D-10179 Berlin

Ansprechpartner: Leonard Steiger
Telefon: 0159 / 03153234
E-Mail: steiger@vergleich.org
Web: <https://www.vergleich.org/>