



© Panthermedia.net/Wavebreakmedia Ltd

Kooperationsbereit: Die Preise in den vom VKI erstellten Warenkörben wurden von den Händlern selbst an den VKI gemeldet.

Billige Vergleiche

Der VKI hat Preise von Supermärkten und Diskontern in den Bereichen Preiseinstieg, Bio und Markenartikel verglichen.

WIEN. Der Verein für Konsumenteninformation (VKI) hat erneut die Preise bei den heimischen Supermärkten untersucht: Besonders interessant ist der „Billigwarenkorb“, also der Direktvergleich der Einstiegs-eigenmarken von Spar, Rewe & Co mit den Diskontern Hofer, Lidl und Penny. Grundsätzlich wur-

den die Preiseinstiegsprodukte bei allen Händlern teurer, was zuvorderst am Preisauftrieb bei den Milchfetten liegt. Beim börslerfreundlichen Wagerl haben aber letztlich die Diskonter knapp die Nase vorn.

Einschränkung: nicht in allen Produktbereichen. Denn Waren, die oft gekauft werden und ent-

sprechend im Preisvisier der Konsumenten liegen (Bananen, Toastbrot), sind in allen Märkten günstig. Somit werden 16 von 69 Artikeln im Billig-Warenkorb von allen heimischen Supermärkten zum exakt selben Preis angeboten. Diese Deckungsgleichheit beruht nicht zuletzt auf der investigativen Arbeit der

Händler: Anonyme Testkäufer der Kette A machen ihre Runde bei Kette B und umgekehrt. Auf Preisunterschiede wird prompt reagiert.

Auf der anderen Seite würden laut VKI die Margen bei Produkten, für die Kunden kein ausgeprägtes Preisgefühl haben, in die Höhe getrieben. Im Billig-Sackerl gebe es etwa bei Bohnenkaffee, Rindsuppe oder Salamipizza Preisdifferenzen von teilweise mehr als 100%.

Ehrliche Markenartikel

Für Konsumenten tendenziell beruhigend ist die Botschaft, dass es bei Markenartikeln eher egal ist, wo man sie kauft. Bei Diskontern würde Markenware „bisweilen sogar mehr“ kosten. Am günstigsten waren die 49 untersuchten Markenartikel bei MPreis (123 €); bei Billa musste man einen Euro mehr hinlegen, bei Merkur bzw. Spar und Inter-spar waren es rund drei Euro mehr. Bei den ebenfalls untersuchten Bio-Produkten ist laut VKI Hofer am günstigsten – allerdings sind wie stets bei den VKI-Tests hier die Preisaktionen der klassischen Supermärkte nicht miteinbezogen. (APA/nov)



Die Finstere Brille

••• Von Christian Novacek

AUF SCHIENE. Ich bin ein Gewohnheitstier. Was ich mir mal angewöhnt habe, gewöhne ich mir so schnell nimmer ab. Das ist manchmal kontraproduktiv. Beim Nichtstun beispielsweise – bis ich merke, dass ich nichts mache außer auf der Couch liegen

If the river was whiskey

... and I was a duck / I'd dive to the bottom and I'd never come up.

und an die Decke starren, habe ich schon sehr lang auf der Couch gelegen und an die Decke gestarrt.

Auch beim Einkaufen regiert träge Gewohnheit. Ich sehe mich außerstande, die Einkaufsstätte zu wechseln; und wenn sie mir hundert Mal sagen, dass der von mir bevorzugte Verbrauchermarkt der teuerste ist – mir egal. Dieserart bin ich preislich gesehen der ideale Konsument. Mit einer Ausnahme: Ich hab mir angewöhnt, bei den

25%-Rabatten gnadenlos zuzuschlagen. Das wäre bei flüchtiger Betrachtung ggf. nachteilig für die Supermärkte – würde mir nicht die Macht der Gewohnheit auch in diesem Belang einen Strich durch die Rechnung machen. Ich kauf nämlich immer noch Whiskey, bei jeder Spirituosenaktion. Problem dabei: Ich kann ihn aufgrund meiner rebellischen Bauchspeicheldrüse gar nicht trinken. Aber das Kaufen ist halt ein brutaler Selbstläufer geworden bei mir.