

# Wer den täglichen Genuss teurer macht

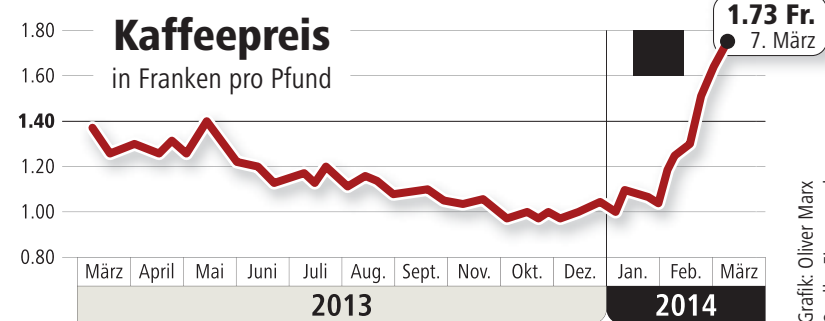
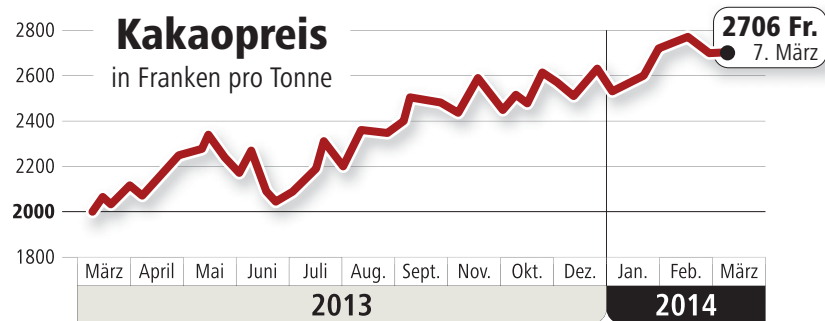
**PREISE** Der Einkauf von Kakao und Kaffeebohnen hat sich deutlich verteuert. Beim Kauf von Schoggi spüren die Konsumenten dies bereits.

MAX FISCHER  
redaktion@luzernerzeitung.ch

Anfang 2013 kostete eine Tonne Kakao an den Rohstoffbörsen weniger als 2000 Franken – am Freitag mussten Einkäufer fast 2700 Franken bezahlen (siehe Grafik). Das hat für Schoggi-Liebhaber Folgen: «Moderate Preisanpassungen auf einer bestimmten Anzahl unserer Produkte sind erforderlich», sagt Sylvia Kälin, Sprecherin von «Lindt & Sprüngli». Die Migros erhöhte im Dezember einzelne Artikel. Sechs Frey-Riegel «Milch Extra» kosten neu 4.60 statt 4.50 Franken (Aufschlag: 2,2 Prozent), für eine 100-Gramm-Tafel «Milch Nuss» bezahlt man 1.50 statt 1.40 Franken (7,1 Prozent). Weil die Beschaffungskosten für Kakao, Mandeln und Nüsse stiegen, wurden 2014 weitere Produkte teurer: 250 Gramm Pralinen «Prestige» kosten 14.60 statt 13.90 Franken (5 Prozent), für Biscuits «Choc Midor Carré» zahlt man 3.10 statt 2.90 Franken (6,9 Prozent). Auch Coop hat einzelne Schokoladeprodukte im Schnitt um 5 Prozent verteuert. «Ausreisser von über 10 Prozent – wie bei «Snickers» – waren aber klar die Ausnahme», heisst es bei Coop. Höhere Preise schmecken den Schweizern besonders bitter: Mit einem jährlichen Pro-Kopf-Konsum von 12 Kilo sind wir Schoggi-Weltmeister.

## Versorgungseingpass befürchtet

Gehandelt wird Kakao an den Warenterminals in London und New York. «Neben Ernteschwankungen und Rohstoffspekulationen heizt die steigende



Grafik: Oliver Marx  
Quelle: Finanzen.ch



## Die Kaffeebohne

Wird in über 50 Ländern angebaut. Die besten Voraussetzungen findet die Bohne rund um den Äquator.



## Die Kakaobohne

Kommt mehrheitlich aus Afrika (Elfenbeinküste, Ghana), aber auch aus Indonesien und Lateinamerika.

Nachfrage in den aufstrebenden Ländern Asiens die Preise zusätzlich an», erklärt Sevan Nalbandian vom Branchenverband Chocosuisse. Vor allem die Chinesen haben den Schokolademarkt entdeckt. Ihr jährlicher Pro-Kopf-Konsum beträgt erst 200 Gramm. Der Verbrauch im Land mit 1,3 Milliarden potenziellen Schleckmäulern wächst derzeit viel schneller als

in Europa. Wen wundert, fürchtet die Branche, auf einen Versorgungseingpass zuzusteuern. Branchenkenner gehen davon aus, dass die Angebotslücke 2020 eine Million Tonnen betragen könnte. Laut Ralph Siegl, CEO von Läderach, sind die Schwellenländer aber nur teilweise für die Preissteigerungen verantwortlich. «Die Preise sind momentan

nicht von Angebot und Nachfrage diktiert, sondern durch Spekulation», stellt er klar. Kakao mit einer Weltermte von 4,2 Millionen Tonnen sei eine manipulierbare Menge, sagt Siegl. Seit Juli 2013 steigt der Preis besonders kräftig. Mitte letzten Jahres stellte man fest, dass die verarbeitende Industrie relativ gering mit Kakao eingedeckt ist. Dazu kam eine Trockenperiode im August in Westafrika. Das liess die Befürchtung für eine schlechte Ernte aufkommen. Es gab Vorhersagen für ein Defizit von 90 000 Tonnen. «Solche Meldungen dämpften die Erwartungen für die Erntemenge 2013/14», sagt Fabienne Dahinden, Leiterin Nachhaltigkeit und Kommunikation Migros-Produktionsbetrieb Chocolat Frey. Schlimmer noch: «Aufgrund dieser Situation sind vermehrt Spekulanten in den Markt eingetreten, die den Preis zusätzlich in die Höhe treiben», erklärt Dahinden.

## Käufe werden blockiert

Beobachtern fiel auf, wie Spekulanten immer wieder zu Beginn eines neuen Monats kräftig an den Börsen kauften. Siegl: «Im November hatten die Akteure aus der Finanzwelt rund 45 Prozent der Weltermte durch sogenannte «Long-positions» an der Börse blockiert.» Das heisst: Wer daran glaubt, dass der Kakao steigt, geht long. Er bestellt Kakao, den er sich später liefern lässt, aber er bestellt zum Preis von heute. Sein erhoffter Vorteil: Er sichert sich den aktuell niedrigen Preis, bevor der Kakao aller Voraussicht nach teurer wird. Auf Jahresende hin gab es kurzzeitig einen Kurseinbruch. Doch die äusserst guten Verkaufszahlen grosser Schokoladeproduzenten nach dem Weihnachtsgeschäft gaben den nächsten Anstoss für einen kräftigen Kursanstieg. Heute wissen die Experten, dass die Ernten in den Haupterzeugerländern Elfenbeinküste und Ghana zehn Prozent über Vorjahr liegen. Bisher waren die Anleger noch nicht gezwungen, sich aus dem Markt zurück-

zuziehen. Sie versuchen, die Preise hochzuhalten. Zum Ärger der Konsumenten.

## Hitzewelle verteuert Kaffeebohnen

Anders sind die Treiber des Kaffeepreises, der seit Januar ebenfalls nach oben zeigt. Ein Pfund Kaffeebohnen kostet derzeit fast 1,80 Franken – der höchste Wert seit 16 Monaten. «Auslöser dafür ist die Hitzewelle in Brasilien mit tieferen Erntemengen», sagt Fabienne Dahinden von Chocolat Frey. Börsenprofis gehen von einem Kurseinbruch aus, wenn das Wetter umschlägt und der erwartete Regen die Ernteaussichten verbessern. Aber auch beim Kaffee haben Spekulanten ihre Hände im Spiel, wie Dahinden sagt. «Aufgrund dieser Situation sind vermehrt Spekulanten in den Markt eingetreten, die den Preis zusätzlich in die Höhe treiben», erklärt Dahinden.

## Coop und Migros senkten Preise

Erst im November des vergangenen Jahres hat der Detailhändler die Preise bei allen Boncampo- und M-Budget-Kaffees gesenkt. Auch Coop verlangt seit Anfang Jahr für seine Markenkaffees im Schnitt zwischen 2,5 und 7 Prozent weniger. Entwarnung gibts auch von der Gastronomie. «Bei uns sind keine Preisanpassungen nötig», verspricht Julian Graf von Cafetier Suisse. «Die Bohnen machen nur einen geringen Anteil am Kaffeepreis aus, Löhne und Mieten schlagen stärker zu Buche.»

## «Erstaunlich, dass die Reisebranche nicht weiter ist»

**LUZERN** Der Tourismus wäre prädestiniert für den Einsatz moderner Technologie. Viele Firmen wagen diesen Schritt nicht. Dies könnte sich rächen.

Es war eine hochkarätige Runde, die sich vergangenen Sonntag und Montag im Hotel Palace in Luzern traf. Paul Griffiths, CEO des Dubai International Airport, war gekommen genauso wie der Tourismusminister von Südafrika, Marthinus van Schalkwyk, und Microsoft-General-Manager Franck McCosker. Insgesamt 30 Spitzenvertreter aus dem Tourismus diskutierten auf Einladung des World Tourism Forum Lucerne beim 2. Think-Tank während eineinhalb Tagen hinter verschlossenen Türen über aktuelle Probleme. Über Wachstum und

Investitionen, den Wertewandel der Gäste und über Big Data.

## Disput über Investitionen

Der intime Rahmen war ganz bewusst gewählt. «Wir wollen, dass die Teilnehmer die Gelegenheit haben, sich möglichst ungezwungen äussern zu können», sagt Martin Barth, General Manager des World Tourism Forum Lucerne. Umso zurückhaltender gibt er sich bezüglich der Ergebnisse. So viel macht er klar: Die Diskussion rund um Investitionen im Tourismusbereich hatte es in sich. «Es ging zum Teil sehr heftig zu und her. Das ist aber auch richtig so, schliesslich drückt hier bei vielen der Schuh», sagt Barth.

Handlungsbedarf besteht aber auch noch an einem ganz anderen Ort: beim Einsatz neuer Technologien. «Es ist erstaunlich, dass man in der Reisebranche noch nicht weiter ist mit dem Einsatz moderner Technologie. Diese Industrie

wäre prädestiniert dafür», sagt Pascal Mathis, Elektroingenieur und Gründungsmitglied von GetYourGuide, der am vergangenen Wochenende ebenfalls Gast bei der exklusiven Runde war. Mathis weiss, wovon er spricht. GetYourGuide wurde 2008 in Zürich gegründet und zählt heute zu den grössten Marktplätzen im Internet für touristische Aktivitäten und Touren. Einen Internetauftritt hat heute praktisch jeder Reiseanbieter, jedes Hotel. Wenn es aber um die entsprechende Applikation fürs Smartphone geht, hapert es sehr schnell. «Es besteht die Gefahr, dass einzelne Unternehmen den Anschluss verpassen», sagt Mathis. Denn gerade im Bereich Mobile steckt ein riesiges Potenzial.

Zu diesem Schluss kommt auch der «World Travel Trend Report». Die Autoren gehen davon aus, dass Buchungen über Mobilephones ein Marktpotenzial von 70 Prozent haben und damit die

klassischen Reisebüros immer mehr verdrängen. Diese seien künftig vor allem noch für Erstreisende entscheidend. Buchungen übers Internet machen heute laut dem «World Travel Trend Report» rund 65 Prozent aus.

Heute werden in den USA, Europa und Japan rund 2 Prozent aller Reisen übers Smartphone gebucht. In China macht der Anteil aber bereits 4 Prozent aus. Tendenz stark steigend.

Ob Buchungen übers Mobilephone oder Reisebüro – für Pascal Mathis ist dies nicht die entscheidende Frage. «Es braucht beides», betont er. Letzten Endes würden beide Verkaufskanäle voneinander profitieren.

In einem Punkt hat sich laut Pascal Mathis trotz fortschreitender Digitalisierung nichts verändert: «Mundpropaganda ist und bleibt immer noch die beste Werbung.»

DOMINIK BUHOLZER  
dominik.buholzer@luzernerzeitung.ch

## Forum expandiert

**LUZERN** bu. Das World Tourism Forum Lucerne geht nach China. Ende April findet in Shanghai ein Talentförderprogramm statt. Droht Luzern der Verlust des Forums? Nein, sagt General Manager Martin Barth. «Mit dem Forum selber wollen wir Luzern treu bleiben. Doch die Talentförderprogramme wollen wir vermehrt zusammen mit unseren Partnerhochschulen im Ausland durchführen und so die Internationalität des Forums unterstreichen.» Es sei auch eine Durchführung in Mexiko, Indonesien oder Thailand vorstellbar. Das Forum findet im Zweijahresrhythmus statt und gilt als einer der wichtigsten internationalen Tourismusveranstaltungen in der Schweiz.

ANZEIGE

## Fitgeld: Geschicklichkeit für Ihre Finanzen

Fitte Geld bedeutet die Verbindung des Vermögensaufbaus mit Massnahmen, die Ihr Vermögen flexibel halten. Im übertragenen Sinn verbindet sich so reine Muskelkraft mit eleganter Geschicklichkeit.

Im Sport geht es um Geschicklichkeit. Natürlich ist es gut, wenn ein Fussballer muskulös ist und seine Gegner ihn deswegen auch nicht leicht vom Ball trennen können. Doch Kraft ist ohne Geschicklichkeit und eine fast schon artistische Ballbehandlung annähernd wertlos. Klar, eine Skirennfahrerin hat sich im Lauf ihrer Karriere eine enorme Oberschenkelmuskulatur antrainiert. Doch ohne Balance und Feingefühl im Fuss bringt ihr diese Kraft herzlich wenig.



Christoph Hurni,  
Vorsitzender der  
Bankleitung  
Raiffeisenbank  
im Entlebuch

**RAIFFEISEN**

Ähnlich ist es bei der Geldanlage. Raiffeisen spricht vom Fitgeld-Training. Es besteht darin, freies Vermögen aufzubauen und die Finanzen fit zu ma-

chen. Zu den Fitgeld-Aktivitäten gehört neben dem Sparen – also dem heutigen Konsumverzicht zu Gunsten des Aufbaus von Reserven – die Nutzung der Finanzmärkte für die eigenen Ziele. Gesagt, getan? Geld anzulegen ist zwar keine Hexerei, ganz so einfach ist es dann aber doch nicht. Deshalb kommt beim Trimmen des Fitgelds idealerweise der Finanzberater als Personal Coach hinzu.

In der Analogie zum Sport entspricht das Sparen dem Stemmen von Gewichten. Sie bauen Muskelmasse, respektive Finanzreserven auf. Geschicklichkeit steht dafür, die Reserven im richtigen Moment abzurufen und einzusetzen. In der Welt von Budget

und Vermögen redet man in Bezug auf Beweglichkeit von Liquidität.

Bei diesem Thema bestehen entgegenlaufende Interessen. Erstens möchten Anlegerinnen und Anleger eine möglichst hohe Rendite erwirtschaften. Zweitens: Das erfordert eine gewisse Risikobereitschaft, respektive vor allem die Fähigkeit, Wertschwankungen der Anlagen auszuhalten. Drittens: Wer auch im Fall von zwischenzeitlichen Kursverlusten am Ende gewinnen will, braucht einen längeren Zeithorizont und eventuell entsprechende Geduld. Bei geschickter Zusammenstellung eines Depots und je nach Renditezielen spricht man typischerweise von drei, fünf oder auch zehn Jahren.

Wer in 20 Jahren ein Eigenheim erwerben möchte, kann bei der Geldanlage aus dem Vollen schöpfen und zwischenzeitliche Wertschwankungen mit einem Lächeln quittieren. Sparen Sie hingegen für die Weltreise in drei Jahren, so sind Investitionen gefragt, deren Kursentwicklung stabiler verläuft. Dafür ist dann allerdings auch eine tiefere Rendite zu erwarten.

In beiden Fällen sollten Sie beim Trainieren des Vermögens auch auf den Aspekt der Geschicklichkeit achten – also darauf, dass Teile Ihres Vermögens flüchtig bleiben oder im Bedarfsfall ohne grösseren Wertverlust an der Börse verkauft werden können. Fragen dazu beantwortet gerne Ihr Personal Coach.