

wu-memo^{WU}

Ausgabe 71/06, 14. April 2006

Handel und Industrie bei WU-Praxisdialog vollständig vertreten

Redaktion

Ein kräftiges Lebenszeichen gab am 22. März der Club der Absolvent/inn/en des Instituts für Handel & Marketing, PfH (Plattform für den Handel). Knapp 800 Zuhörer/innen drängten ins Audimax der WU, wo PfH-Vorstandsmitglied Eva Walter die "höchste Dichte an Topmanager/inne/n pro Quadratmeter" aller Zeiten begrüßte.

Der Grund für den Andrang aus Handel und Industrie war ein Gipfeltreffen der besonderen Art. Erstmals trafen sich die Bosse der zwei größten heimischen Supermarktketten Rewe Austria und Spar, um in einer Podiumsdiskussion über die Zukunft des heimischen Lebensmittelhandels zu debattieren. Der Ton zwischen den beiden Erzrivalen scheint gemäßiger geworden zu sein. In den vergangenen Jahren war den Lebensmittelgiganten in den Medien ein "Eiszeit"-Gesprächsklima attestiert worden.

Dass dem nicht (mehr) so ist, dessen waren sich der neue Chef von Rewe Austria, Mag. Martin Lenz, und Spar-Präsident Dr. Gerhard Drexel einig. Von einem "kalten Krieg" zwischen den Handelsriesen könne jedenfalls nicht die Rede sein. Die beiden Vorarlberger, die sich vor diesem Zusammentreffen "schon einmal im vergangenen November auf einen Kaffee getroffen haben", wie der Spar-Chef gestand, wollen aber künftig auch keinen "Vorarlberger Kuschelkurs" einschlagen, betonten sie bei der von Peter Schnedlitz (Institut für Handel & Marketing) geleiteten Diskussion.

Auf die Frage, wie eine Balance zwischen beinhardtem Wettbewerb, Fairness und sinnvoller Kooperation aussehen könnte, antwortete Lenz, dass er von einem "fairen, offenen Miteinander" ausgehe. Wettbewerb werde es aber immer geben, dieser habe schließlich auch Vorteile für die Kund/inn/en. Es sei allerdings wichtig, dass sich die Manager gut verstehen und verständigen können.

Warum Österreichs Handel international in jüngster Vergangenheit reichlich Beachtung findet, führte Drexel zum einen auf die Kompetenz- und Innovationsstärke zurück. So seien etwa verschiedene Geschäftstypen entwickelt worden. "Österreich sticht durch Kreativität hervor", ergänzte Lenz. Zudem hätten die Handelsunternehmen hierzulande – anders als in Deutschland – nicht nur auf den Preis gesetzt, sondern auch auf die Qualität.

"Sonntag gehört der Familie"

Zum Thema Ladenöffnungszeiten sind sich die Handelsbosse einig, dass der "Sonntag der Familie gehört" und diese "Verlangsamungskonstante gut für die Gesellschaft ist". Beide Manager wünschen sich aber "mehr Flexibilität" bei der Rahmgestaltung der Öffnungszeiten. Dies müsse nicht unbedingt längere Öffnungszeiten bedeuten, betonte Lenz. Für "konstruktiv" hält Drexel den Vorschlag, über das Modell selbständiger Kaufleute die Geschäfte länger offen halten zu können. Vor den Nationalratswahlen im Herbst sieht er aber hier keine Möglichkeit für eine politische Entscheidung. Öffnungszeiten rund um die Uhr (wie es sie etwa in den USA gibt) wären laut Lenz für Österreich allerdings nicht passend, "weil wir noch in geordneten Bahnen leben".

"Overstortes" Österreich

Potenzial für neue Filialen in Österreich sehen die beiden Handelsbosse kaum. Österreich sei "overstord" wie kein anderes europäisches Land, sagte Drexel. Es gebe kaum ein Land mit einer so hohen Verkaufsdichte. Das Resultat sei, dass hierzulande die Quadratmeterumsätze nur halb so hoch seien wie etwa in Großbritannien, Frankreich oder der Schweiz. Daher werde es betriebswirtschaftlich immer mehr "Grenzbetriebe" geben, die aus dem Lebenszyklus herausfallen.

Auch wenn das Wachstum in Österreich begrenzt scheint, baut Spar doch stark auf das Geschäft "rund um Österreich" (ausgenommen Deutschland). Und auch Lenz, der sich zwar schon auf die Eröffnung der tausendsten Billa-Filiale im Sommer freut, erklärte, dass das große Wachstum auch für Rewe im Ausland stattfindet.

Auf die Frage nach der Zukunft des Lebensmittelhandels gaben Lenz und Drexel unterschiedliche Antworten: Lenz blieb praxisorientiert und meint, "die Zukunft gehört dem, der die Konsument/inn/en versteht, ihnen Sicherheit gibt und auf sie eingeht". Drexels Formulierung fiel philosophischer aus, er sagte: "Zukunft braucht Herkunft" – im Sinne von Wurzeln, einem Fundament bzw. einem unternehmensphilosophischen Hintergrund.