



Wochenende der Routiniers
US-Skistar Bode Miller (36) und andere ältere Herren zeigen auf.

→ SPORT 14

Handel heizt den Herstellern ein

Studie. Österreich hat den sechsthöchsten Handelsmarkenanteil. Junge stehen oft ratlos vor dem Regal



Die Marken der großen Hersteller werden besonders kritisch beäugt. Billig-Marken, ein paar Regalreihen darunter, werden oft als das gleiche Produkt – nur billiger – wahrgenommen

VON SIMONE HOEPKE

Wann greifen Konsumenten zu Marken wie RedBull, wann zur Billig-Variante von S-Budget, Flying Horse oder Clever? Kommt auf die Situation drauf an, sagt eine Studie der Wirtschaftsuniversität (WU) im Auftrag des Markenartikelverbandes (MAV).

Ob es sich um die schillernde Marke eines Produzenten (wie Nivea, Persil) oder eine Eigenmarke des Händlers (wie Clever, S-Budget oder Balea) handelt, beeinflusst die Kaufentscheidung oft gar nicht. Weil die Hälfte der Österreicher den Unterschied zwischen diesen Kategorien erst gar nicht kennt, so der Schluss der Studie. Speziell junge Leute wissen das nicht. Jeder fünfte WU-Student gestand, das eine nicht vom anderen unterscheiden zu können.

Diese Ratlosigkeit überrascht Ernst Klicka, Geschäftsführer des MAVs, nur bedingt. Händler haben den Werbedruck für Eigenmarken erhöht. Im Gegensatz zu

den vielen Industriekonzernen kommt die Werbemacht geballt. So gesehen haben Handelshäuser in den vergangenen Jahren ganze Arbeit geleistet. Mit großen Werbebudgets haben sie ihre Eigenmarken aus der No-Name-Ecke in die Welt bekannter Marken aufsteigen lassen.

„Der Kopf leugnet Qualitätsunterschiede zwischen Produzenten- und Eigenmarken, der Bauch sieht aber oft die Herstellermarke vorne“, analysiert Studienleiterin Bernadette Kamleitner. Handelsmarken werden oft als „dasselbe nur billiger“ wahr-

genommen. „Es steckt aber nicht dasselbe in den Packungen. Die Rohstoffe sind andere“, betont Günter Thumser, MAV-Präsident und Geschäftsführer von Henkel CEE. Der deutsche Konzern, der auch in Wien produziert, lässt keine Handelsmarken vom Band laufen. Im Gegensatz zu vielen Klein- und Mittelbetrieben, die mit solchen Zusatzaufträgen ihre Maschinen auslasten.

In Österreich teilen sich drei Händler – Rewe, Spar und Hofer – mehr als 80 Prozent des Marktes auf. Die Händler seien längst die Mächtigen, nicht die Herstel-

ler, meint Klicka: „Ich frage mich immer, wo die angebliche Marktmacht der Industrie sein soll. Wenn ein Geschäftsführer eines Industriekonzerns die Produkte nicht in die Regale von Rewe oder Spar bekommt, wird er seinen Job schnell los sein.“

Kritische Mütter

Zu welchen Waren Konsumenten greifen, hängt oft von der Situation ab. Bei Geschenken punkten Herstellermarken. Sie gelten als hübscher verpackt, besser verfügbar und stehen für mehr Qualität. Zumindest wisse man, wer den Artikel herstellt und könne sich bei Fragen an den Produzenten wenden, sagen viele. Besonders aktiv sind laut Henkel-Chef Thumser übrigens junge Mütter: „Das sehen wir sowohl bei Hotlines als auch in Foren.“

Fragen, die früher an Eltern gestellt wurden, werden nun in sozialen Netzwerken diskutiert, beobachten Experten. Zudem wird die Rückverfolgbarkeit von Produkten immer stärker eingefordert.

Vom No-Name zum Label

Kampf gegen Diskonter
Eigenmarken haben in Österreich einen Umsatzanteil von 28 Prozent, laut ACNielsen der sechsthöchste Wert weltweit. In den vergangenen Jahren bauten Rewe und Spar ihre Eigenmarkensortimente stark aus. Vor allem um Diskontern im Preiseinstiegssegment mit Billig-Marken wie

Clever und S-Budget Paroli zu bieten. Auch wenn diese günstig verkauft werden, sind sie oft ein gutes Geschäft. Etwa, weil sich die Werbekosten auf viele Artikel – vom Essiggurkel bis zum Energydrink – verteilen. Wegen des hohen Werbeaufwandes sind viele dieser Labels heute keine No-Names mehr.

Kunden sind mit Service in Österreich unzufrieden

Studie. Kunden mit gutem Service zu überraschen und sie im Konkurrenz-Sturm für sich zu erobern sei für Unternehmen schwieriger geworden, so das Ergebnis der am Montag präsentierten Service Studie von A1. „Der Kunde ist heute mündiger, erfahrener als früher“, sagt GfK Austria Marktforscher Rudolf Bretschneider. Je größer diese Erfahrung, desto höher die Ansprüche. Demnach empfindet heute jeder Vierte (2008 war es noch jeder Fünfte) von 1000 befragten Österreichern, das zuvorkommende Verhalten von Unternehmen oder Organisationen habe nachgelassen.

Insgesamt verdiene sich die heimische Kundenorientierung nur die Schulnote Befriedigend. Vor allem Personen zwischen 40 und 54 Jahren sind kritisch. Gemein haben alle Altersgruppen, dass sie selten bis nie mit posi-

vem Service überrascht werden. Vor allem in öffentlichen Ämtern ist die Unzufriedenheit groß, dicht gefolgt von der Versicherungsbranche und der Energieversorgung. Die besten Noten im Servicebereich holten die Gastronomie, der Tourismus, sowie der Lebensmitteleinzelhandel und die Drogeriemärkte.

Trends und Flops

Service-Trend ist der Wunsch der Kunden nach einem – einzigen – Ansprechpartner. Kompetente Beratung und Höflichkeit sind zudem am wichtigsten. Service-Killer sind Unfreundlichkeit, falsche Auskunft, Desinteresse. Neu ist der Wunsch nach mehreren Kommunikationskanälen. Vor der Hotline, einer informativen Homepage und einer schnellen Rückmeldung per eMail steht aber nach wie vor die persönliche Beratung. – M. VACHOVA

Beinhartes Match zwischen Bayern und Österreich

Milliarden-Streit. Eigenkapital oder Darlehen? München beharrt auf Zahlung, Hypo will nichts rausrücken

VON IRMGARD KISCHKO UND ANDREA HODOSCHEK

Der Richterinnensenat am Landgericht München hatte einen Vergleich empfohlen. Doch weder die BayernLB noch die Hypo Alpe-Adria denken daran. Im Gegenteil. „Wir können kein Geld liegen lassen“, tönt es entschlossen aus München. „Wir werden beweisen, dass wir recht haben“, schallt es aus Klagenfurt zurück.

Am 18. Dezember ist der nächste Prozesstermin, die Richterinnen werden Gutachter bestellen. Die Hypo hat von ihrer ehemaligen Mutter BayernLB insgesamt 4,4 Milliarden Euro einge-

klagt. Die Bayern hatten ihrer Tochter Kredite gegeben, die Hypo stoppte lange nach der Notverstaatlichung die Zinszahlungen und die Tilgung. Weil, argumentiert die Hypo, sich die Bank zum Zeitpunkt der Kreditvergabe in einer Krise befunden habe und laut dem österreichischen Eigenkapitalersatz-Gesetz (EKEG) Kredite in diesem Fall als Eigenmittel gelten. Somit wären sie, solange die Krise andauert, nicht rückzahlbar.

Die Bayern argumentieren heftig, die Hypo habe sich damals keinesfalls in einer Krise befunden. Denn als Krise definiert das Gesetz eine Eigenmittelquote von weniger als acht Prozent. Und ver-

weisen auf den Geschäftsbericht der Kärntner Bankengruppe, in dem die Eigenmittel tatsächlich immer höher ausgewiesen wurden. Außerdem habe die Hypo bereits eine Milliarde vorzeitig getilgt, obwohl die Rückzahlung erst Ende 2013 erfolgen müsse.

Konter

Die Hypo schießt scharf zurück und wirft den Bayern vor, die Bilanz 2008 und 2009 sei nicht korrekt gewesen. Damals hielten die Bayern die Mehrheit an der ehemaligen Hausbank des verstorbenen Kärntner Landeshauptmannes Jörg Haider.

Die Bayern hätten Problemerkredite mit 700 bis 900

Millionen wertberichtigen müssen – was nicht passiert sei. Hätte München das korrekt verbucht, wäre die Eigenmittelquote der Hypo schon damals unter 8 Prozent gelegen. Und die Hypo hätte sich sehr wohl in der Krise befunden.

Die Hypo untermauert ihre Argumentation mit einem Gutachten der Linzer Steuer-Experten AKKT, die 21 Kreditfälle analysieren. Freilich sind alle relevanten Kundendaten geschwärzt, ärgern sich die Bayern. Sie werfen den Gutachtern vor, willkürlich „Kredite des Grauens“ herausgezogen zu haben, anstatt das gesamte Portfolio zu bewerten.

Diese 21 Kreditfälle machen allerdings den Großteil der Problemerkredite aus, meint man bei der Hypo. In Sachen Schwärzungen werde man „eine Lösung finden“.

Österreich darf es sich allerdings nicht ganz mit den Bayern verschmerzen. München muss nicht nur dem bereits im Frühjahr erfolgten Verkauf der Hypo-Tochter Österreich an die indische Anadi-Finanzgruppe bis Jahresende 2013 zustimmen. Sondern auch einer Bad Bank, wie immer diese gestaltet wird. Die heimische Politik hält einen Kompromiss ohnehin für sinnvoller als jahrelange Monster-Prozesse.



Waren die Hypo-Bilanzen 2008 und 2009 korrekt oder nicht?