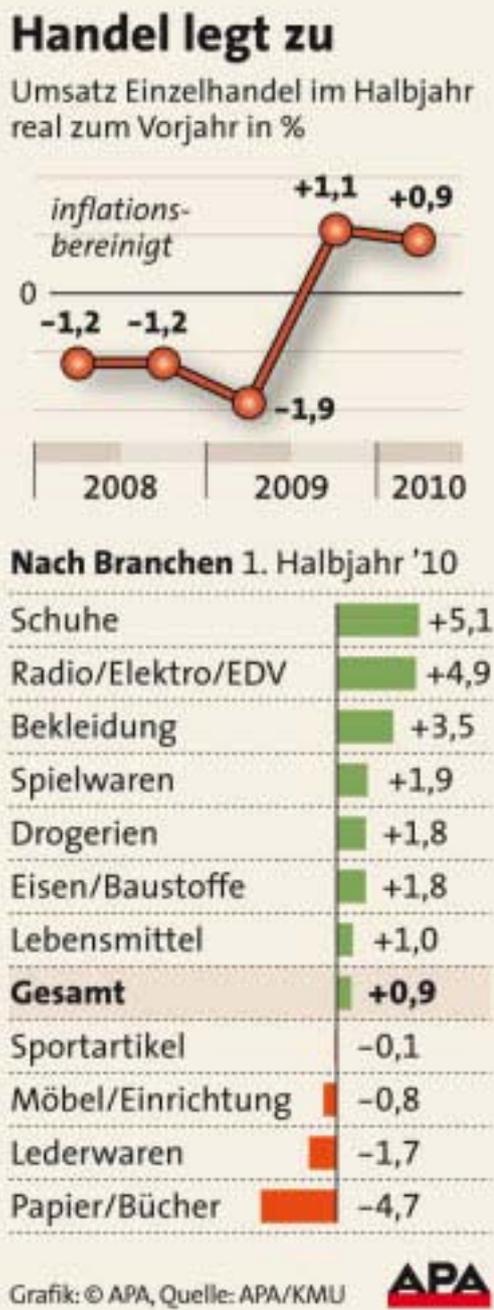


Handel zahlt für Mehrumsatz hohen Preis

von Verena Kainrath | 27. Juli 2010, 18:06



Konsumenten lassen sich in der Krise nicht vom Shoppen abbringen. Viele Händler ziehen bei den Preisen dennoch die Reißleine

Wien - Die Krise hat den Österreichern nicht die Lust am Einkaufen genommen, der Handel fährt auch heuer robuste Umsätze ein. In vielen Unternehmen liegen dennoch Nerven blank, denn ihr Ertrag ist schwer unter Druck. Es geht die Angst um, Kunden zu verlieren. Schleuderpreise sollen sie halten.

- MEHR ZUM THEMA
- Land:Jetzt buchen! Flüge ab 29€- flyniki.com
- Preis:EasyMotion Werben auf Kultautos
- Werbung

Der Anteil der Produkte, die nur noch zu Aktionspreisen verkauft werden, ist quer durch alle Branchen gestiegen. Im Lebensmittelhandel liegt er bereits bei knapp einem Drittel. Und die Konsumenten können auf weitere Schnäppchen hoffen: Es stehe heuer eine der größten Rabattschlachten aller Zeiten bevor, sagt Peter Schnedlitz, Handelsexperte an der Wiener Wirtschaftsuni. Nur mehr wenige achteten auf den Ertrag, was zähle seien lediglich die Umsätze.

Stephan Mayer-Heinisch, Präsident des Handelsverbands, zeichnet ein ähnliches Bild. Da sei zum einen der in Österreich durchgängig stabile Absatz. Zum anderen wirkten sich aber die in den vergangenen Jahren erhöhten Personalkosten aus. Der starke Dollar belaste Handelskonzerne, ebenso die gestiegenen Frachtkosten für Ware aus Fernost. Dass der Preiswettbewerb an Intensität gewonnen habe, zeige sich an der Entwicklung der Standorte: Viele Einkaufsstraßen in Wien litten nicht weniger als Innenstädte am Land.

Österreichs Handel hat den Umsatz im ersten Halbjahr gegen den Trend vieler anderer Wirtschaftssparten nominell um 2,1 Prozent ausgebaut. Um die Inflation bereinigt gab es einen Zuwachs von 0,9 Prozent, ausgehend von einem hohen Niveau im Vorjahr, resümiert Peter Voithofer, Direktor der [KMU Forschung Austria](#). Auch 2009 gab es keine Einbußen. Bis auf den Papier- und Buchhandel bauten alle Handelssparten ihr Geschäft aus

Weit weniger erquicklich stellt sich die Lage in Deutschland dar: Der Handel verlor von Jänner bis Mai nominell wie real. Auch EU-weit liegt das Niveau unter jenem der Österreicher. Handelsobmann Fritz Aichinger führt das auf Österreichs hohen Anteil an kleinen und mittleren Betrieben zurück - diese brachten Stabilität. Fast ein Viertel erwartet auch künftig bessere Geschäfte, erhob Voithofer.

Die Entwicklung der Preise bestätigt den Hang zum Schleudern: Unterm Strich stiegen sie seit Jahresanfang im Handel nur um 1,2 Prozent und blieben damit unter der Inflationsrate von 1,7 Prozent.

Nicht berechenbar sind für den Handel die Folgen der laufenden Steuerdebatten. Der Konsum basiere zu einem hohen Grad auf Emotionen, sagt Mayer-Heinisch. Ein halbes Jahr übers Budget zu diskutieren und "Grauslichkeiten zu erfinden", führe zu einer starken Verunsicherung, die den Handel ordentlich treffen könnte. Am meisten bremsten Massensteuern die Kaufkraft, warnt Aichinger, auf Energie etwa oder höhere Mehrwertsteuern. Neben der Entwicklung der Arbeitslosigkeit seien das die entscheidenden Einflussfaktoren für den Handel.

Leben von der Substanz

Ein Drittel der Betriebe steckt in den roten Zahlen und lebt von der Substanz. Rund 30 Prozent der familiengeführten Händlern fehlen zudem die Nachfolger - zuzusperren können sich viele aber nicht leisten. Experten sprechen von einem schleichenden Strukturwandel. In der Bredouille seien vor allem mittlere Unternehmen mit einer knappen Handvoll Läden und ein paar Dutzend Mitarbeitern.

Im Wettbewerb stehen sie nicht nur mit den internationalen Ketten. Es sind vielmehr die Gastronomie, die Tourismus- und Freizeitwirtschaft, die ihnen Umsätze streitig machen. Auf 135 Milliarden Euro wird die Kaufkraft der Österreicher geschätzt. Der Handel schneidet sich davon heute ein knappes Drittel ab, vor gut 30 Jahren waren es noch 40 Prozent.

Dass Diskonter wie Hofer nach Jahren rasanten Wachstums heuer erstmals Mal leicht stagnieren, überrascht Schnedlitz nicht. Die lange Zeit zweistelligen Zuwächse seien vor allem durch neue Filialen entstanden. Und wer dreißig Mal hintereinander ins gleiche Geschäft gehe, brauche zwischendurch eben Abwechslung in Ketten mit breiterem Sortiment.

Mehr Druck sehen nicht nur die Betriebe. Auch die Mitarbeiter leiden mehr denn je, klagen Gewerkschafter. Unbezahlte Mehrarbeit häufe sich, viele Beschäftigte würden in die Teilzeit gezwungen. Die Teilzeitquote liegt bei 48 Prozent. (Verena Kainrath, DER STANDARD, Print-Ausgabe, 28.7.2010)