

## Schlecker heißt nun doch "dayli"

2. August 2012, 19:38



foto: apa/neubauer herbert

Chef Rudolf Haberleitner: "Wir werden kein Lebensmittelhändler, sondern Nahversorger und nehmen damit allen etwas weg."

### "Daily" war markenrechtlich nicht schützbar. Neuer Eigentümer Haberleitner setzt auf Billigumbau und will Homeshopping ausbauen

Wien - Der neue Schlecker-Eigentümer Rudolf Haberleitner will die Rettung der Drogeriemarktkette mit einem Billig-Umbau in einen Nahversorger schaffen. Nur 7.400 Euro sollen heuer und 2013 pro Filiale investiert werden, insgesamt zehn Millionen Euro. Die alte Schlecker-Geschäftsführung hatte für Renovierungen rund 20.000 bis 30.000 Euro pro Filiale veranschlagt. Es gehe jetzt erstmals darum, die Regale wieder aufzufüllen, sagte Haberleitner. "Gestern haben wir Waren für sechs Millionen Euro bestellt."

### Vermögende Deutsche sollen Ausbau finanzieren

Der Kauf aller 900 Schlecker Filialen in Österreich und 450 Filialen in Italien, Polen, Belgien und Luxemburg durch Haberleitner hat zu vielen Spekulationen über ungenannte Geldgeber geführt. Den Kaufpreis habe er mit seinem Geschäftspartner, dem Wiener Anwalt Franz Guggenberger, und "Freunden" finanziert. "Wir hätten diese Firma nicht bekommen wenn wir nicht zahlen hätten können", betonte Haberleitner. Der Umbau und die Expansion soll dann über über die Restrukturierungsgesellschaft von Haberleitner TAP 09 finanziert werden, für die es Zusagen in der Höhe von 40 Millionen Euro gibt. Bis 2016 will er insgesamt 52 Millionen Euro in die Filialen stecken. Die "Commitments" für den Fonds sollen von Privatstiftungen, Privatbanken und Private-Equity-Fonds sowie vermögenden Privatanlegern stammen. Davon 90 Prozent aus dem Ausland, vor allem Deutschland, und zehn Prozent aus Österreich.

### "Dayli" ist markenrechtlich schützbar

In zwei Wochen sollen die Schlecker-Schriftzüge durch "dayli" überklebt werden. Der ursprünglich geplante Name "daily" sei markenrechtlich nicht zu schützen gewesen, deswegen die kurzfristige Änderung. Für Dezember ist geplant, das Drogeriemarktsegment um Lebensmittel zu ergänzen. Bei der "Umgruppierung" der Regale sollen auch die Mitarbeiter mithelfen. Für 2013 ist dann der Vollausbau in einen Nahversorger für den "täglichen Bedarf" geplant. Rund 60 Prozent des Umsatzes will "dayli" weiterhin mit Drogerieartikeln erzielen und bis zu acht Prozent mit Lebensmitteln (u.a Milch, Butter, Brot). Dienstleistungen - von Kopieren bis zum Leihauto - sollen fünf bis sechs Prozent der Erlöse ausmachen, Markenartikel (u.a Wäsche, T-Shirts) rund zehn Prozent und "Homeshopping" deutlich mehr als zehn Prozent. Um die zusätzlichen Aufgaben zu bewältigen, soll pro Filiale mindestens ein neuer Mitarbeiter eingestellt werden.

### Zahlenspiele

Für 2012 visiert "dayli" in allen fünf Ländern einen Umsatz von 399 Millionen Euro (Österreich 235 Millionen Euro) und einen Betriebsverlust (Ebit) von sieben Millionen Euro an. 2011 erzielte Schlecker in Österreich noch einen Umsatz von 305 Millionen Euro. Im kommenden Jahr sollen die Erlöse hierzulande 290 Millionen Euro betragen und insgesamt auf 516 Millionen Euro steigen. 2016 will man laut Businessplan 430 Millionen Euro in Österreich und 1,23 Milliarden in allen vertretenen Ländern erzielen. Die Forderungen von Schlecker Österreich gegenüber dem insolventen Schlecker-Mutterkonzern in der Höhe von 175 Mio. Euro sollen in der Bilanz 2012 abgeschrieben werden. Vielleicht werde es zwei bis drei Prozent retour geben.

Zweifel am Geschäftskonzept, wie vom Wiener Handelsprofessor Peter Schnedlitz geäußert, wischt Haberleitner vom Tisch. "Wir werden kein Lebensmittelhändler, sondern Nahversorger und nehmen damit

allen etwas weg." Seit Februar sei am Konzept gearbeitet worden. "Herr Schnedlitz kennt unser Geschäftsmodell noch gar nicht." Bevor die Warenversorgung wegen der Insolvenz der Mutter zurückgegangen sei, seien "alle Filialen profitabel" gewesen. Außerdem sei das Unternehmen schuldenfrei.

Haberleitner schmiedet noch weitere große Pläne: Derzeit laufen noch Verhandlungen mit dem Schlecker-Masseverwalter Arndt Geiwitz um die Online-Tochter "schlecker.de" zu übernehmen, und möglicherweise könnten noch 600 ehemalige Schlecker-Filialen in Süddeutschland von "dayli" übernommen werden.

### **Sparen bei Miete und Logistik**

Sparen will der neue Eigentümer vor allem bei den Miet- und Logistikkosten: Durch Outsourcing könnten die Aufwendungen für die Logistik von 13 auf 9,5 Millionen Euro gedrückt werden. Den Vermietern der Schlecker-Filialen ist außerdem ein "Deal" angeboten worden: Im Gegenzug für einen Kündigungsverzicht des Mietvertrages für die nächsten zwei oder drei Jahren sollen die Vermieter ihre Mieten um 20 Prozent senken oder für sechs Monate auf ihre Miete verzichten. 300 Mieter hätten bereits zugestimmt.

Mit einer weiteren unkonventionellen Idee will "dayli" Kunden anziehen: Vor jeder Filiale soll es einen Bauernmarkt geben, der von lokalen Landwirten betrieben werden kann. Das sei ein Frequenzbringer, der keine Kosten verursache. (APA, 2.8.2012)

---

© derStandard.at GmbH 2013 -

Alle Rechte vorbehalten. Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf.

Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.