



## Vögel am Rückzug

Die Zahl der Vögel in Europa sinkt drastisch. Das hat gravierende Folgen. Seite 34

Foto: dpa

## Kaffeepreis klettert auf Rekordhoch

Kapseln werden Filterkaffee überholen, Tchibo erwirtschaftet den Großteil seines Umsatzes aber im Non-Food-Bereich.

Von Beate Troger

**Innsbruck, Wien** – Die Dürre in Brasilien und die steigende Nachfrage in neuen Märkten wie Osteuropa oder China haben heuer den Kaffeepreis auf ein Rekordhoch klettern lassen. „An den Börsen notiert der qualitativ hochwertige Arabica-Kaffee zwischen 210 und 220 Dollar je halbem Kilo“, sagt Tchibo/Eduscho-Österreich-Geschäftsführer Harald J. Mayer im TT-Gespräch, „Rohkaffee wird in ab-

Tassen pro Tag und Kopf. „Damit ist Kaffee nach Wasser das beliebteste Getränk“, weiß Mayer, der auch Präsident des Österreichischen Kaffee- und Teeverbandes ist. Auch der Trend zum Kapselkaffee halte weiter stark an, während der Anteil von Filterkaffee seit mehreren Jahren stetig sinke. Zudem seien Kapselsysteme preislich attraktiver geworden. „Die Kapseln werden Filterkaffee übertrumpfen“, prognostiziert der Kaffeekenner.

Dabei hat sich Tchibo/Eduscho in den vergangenen Jahren immer stärker zum Konsumgüter-Händler gewandelt. Sportoutfits, Küchenaccessoires und Einrichtung haben die braunen Bohnen längst überholt. „Von Jänner bis September erzielen wir rund 60 Prozent unseres Umsatzes mit Non-Food-Artikeln“, sagt Harald J. Mayer im TT-Gespräch. „Zur Geschenkessaison, von Oktober bis Dezember, sind es sogar rund 80 Prozent.“ Auch der Online-Anteil lege stetig zu. Insgesamt wurde im Vorjahr in den knapp 150 Standorten mit 1200 Mitarbeitern, davon 135 in Tirol, ein Umsatz von 317 Mio. Euro erwirtschaftet. Rechtzeitig zum Start ins Weihnachtsgeschäft eröffnet morgen auch in Kitzbühel die 14. Filiale in Tirol. „Die Tiroler Kunden kaufen vor allem die Sport- und Outdoor-Produkte gerne bei uns“, berichtet Mayer.



„Wir haben auf dem Markt zurzeit die allerhöchsten Rohkaffeepreise seit Jahrzehnten.“

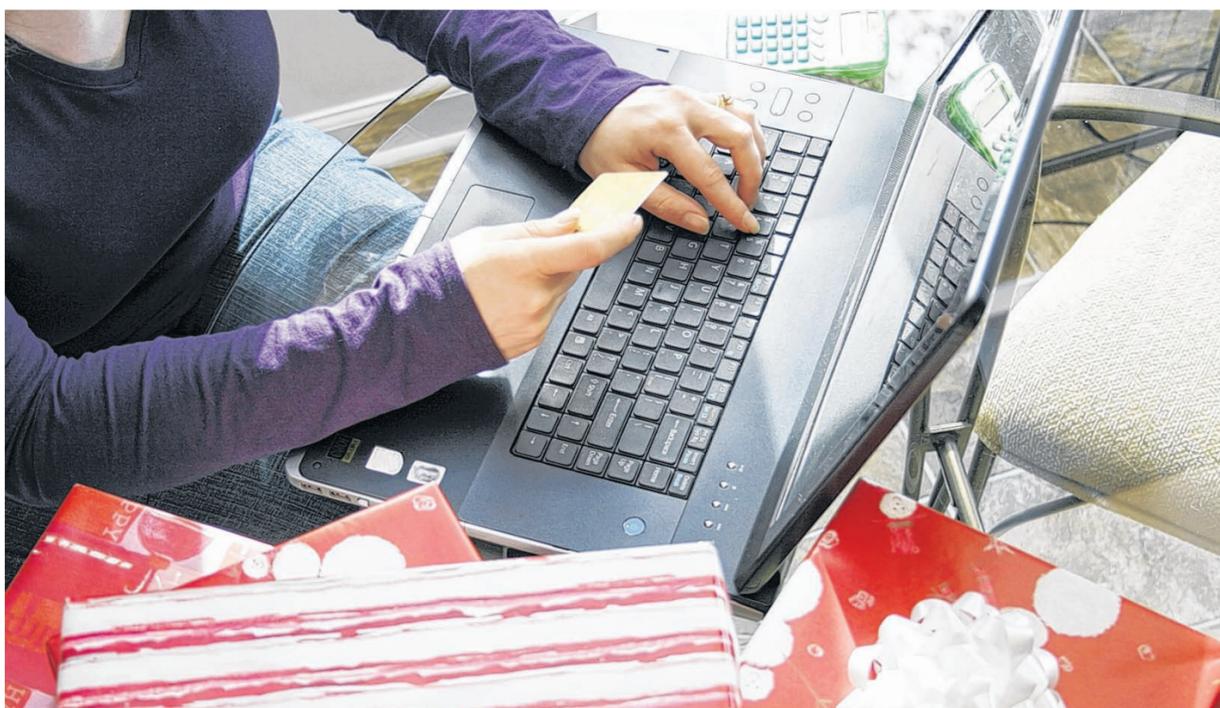
Harald J. Mayer (GF Tchibo/Eduscho Österreich) Foto: Tchibo

sehbarer Zeit eher teurer statt günstiger.“ Ob im kommenden Jahr die Konsumenten für Kaffee tiefer in die Tasche greifen müssen, werde zurzeit noch geprüft. Auf dem heimischen Kaffeemarkt ist Tchibo/Eduscho nach eigenen Angaben Marktführer. Pro Jahr kaufen die Österreicher 8,5 Kilo Kaffee und trinken durchschnittlich 162 Liter bzw. 2,6



Tchibo erwartet weiter steigende Rohkaffeepreise.

Foto: APA/Neubauer



Die Erträge der Internethändler sind laut einer Studie der Wirtschafts-Uni Wien schlechter als die im stationären Handel.

Foto: iStock/killerb10

## Online-Geschäft läuft für Austro-Firmen schleppend

Heimische Internet-Erfolge sind rar. Hohe Umsätze lukrieren nur wenige Händler, Gewinne noch weniger. Jedes 2. Modestück wird zurückgeschickt.

**Wien** – Das Geschäft im Internet ist ein Tummelplatz für große Marken und Online-Riesen wie Alibaba, Amazon oder Zalando. Kleine und mittlere Händler tun sich schwer, hier Fuß zu fassen. „Es gilt das Prinzip ‚The winner takes it all‘“, sagte der Handelsexperte Peter Schnedlitz von der Wirtschaftsuniversität Wien am Dienstag. Dieses

„Für die meisten Händler ist die Homepage eine Visitenkarte oder ein Schaufenster, aber nicht der große ökonomische Erfolg.“

Peter Schnedlitz (Handelsexperte, WU Wien)

Motto, dass der Größte am Ende alles bekommt, beziehe sich aber nicht auf die Ertragskraft, sondern lediglich auf den Umsatz.

Denn selbst Internetgrößen wie Zalando mit starken Wachstumsraten und hoher Kundenbekanntheit schreiben Verluste. Österreichische Internet-Erfolge sind überhaupt rar. Unter den zehn umsatzstärksten Online-Shops in Österreich befan-

den sich 2013 lediglich zwei heimische Firmen, nämlich die Computerhändler e-tec und DiTech. Letzterer ist heuer pleitegegangen. Gut im Internet stehen laut Schnedlitz auch Hervis und der steirische Snowboard- und Surfartikel-Anbieter Blue Tomato da. Letzterer ist jedoch schon seit mehr als zwei Jahren in amerikanischer Hand.

Kleinen und mittleren Betrieben rät Schnedlitz, das Internet nicht zu negieren, aber auch nicht so zu tun, als wäre man Amazon. „Für die meisten Händler ist die Homepage eine Visitenkarte oder ein Schaufenster, aber nicht der große ökonomische Erfolg“, sagte der Handelsexperte. Während eine Billa-Filiale im Schnitt fünf bis sieben Mio. Euro Umsatz mache, schaffe das in Österreich nur eine Handvoll Online-Shops.

Für Jutta Pemsel, Textilhandelsobfrau in der Wirtschaftskammer, ist das Internet eine Ergänzung: „Es sollte nicht entweder stationärer Handel oder Internethandel heißen, sondern sowohl als auch.“ Besonders gelungen sei die Verschränkung von Online und Offline dem Modehändler Mango, findet Schnedlitz. 15 Prozent der Umsätze im

Bekleidungshandel werden im Internet erwirtschaftet. Quer über alle Branchen sind es 25 Prozent. „Das Hauptgeschäft findet immer noch stationär statt“, sagte Pemsel. Wenn es keine stationären Geschäfte mehr gäbe, würden die Umsätze quer durch alle Branchen um ein Drittel einbrechen, weil das Internet keine Impulskäufe fördere, meinte Schnedlitz.

Die Ertragslage der stationären Geschäfte sei besser

als jene der Internethändler. Das hänge auch mit den hohen Retouren zusammen: Während im Internet fast jedes zweite Bekleidungsstück wieder zurückgeschickt werde, liege die Quote im stationären Modehandel unter einem Prozent. Unter diesem Gesichtspunkt stimme ihn Zalando nicht optimistisch, sagte Schnedlitz. „Wie man mit diesem Businessmodell in die Gewinnzone kommt, ist fraglich.“ (TT, APA)

### Kommentar

## Grüne Alternative

Von Max Strozzi

Erst vor wenigen Jahren galt das Elektroauto noch als große Zukunftshoffnung. Deutschland träumt immer noch von einer Million E-Autos, die 2020 auf seinen Straßen fahren, und Österreich hatte 250.000 Autos als Wunschvorstellung ausgegeben. Davon ist man weit entfernt. Und künftig wird das Leben als Batterieauto vermutlich auch nicht leichter, denn die grüne Konkurrenz aus dem alternativen Antriebslager ist bereits im Windschatten. Toyota bringt noch heuer sein Wasserstoffauto auf den Markt, in Österreich soll der Wagen 2016 fahren. Vorerst zwar noch zum stolzen Nettopreis von 66.000 Euro, aber Experten geben dem Wagen gute Zukunftschancen. Im Gegenteil zum E-Auto wird ihm nämlich durchaus zugetraut, Diesel und Benziner langfristig auszubrennen.



### BLICK ZURÜCK

**Hyperinflation:** Im Zuge der massiven Geldentwertung in Deutschland nach dem Ersten Weltkrieg kostete schließlich am 19. November 1923 ein Kilogramm Brot mehr als 233 Milliarden Reichsmark.

### KURZ ZITIERT

„Ich hätte nie gedacht, dass sich das so positiv entwickelt.“

Erich Sixt, Autovermieter ist überrascht über den Erfolg der Carsharing-Partnerschaft mit BMW und erwartet schon bald schwarze Zahlen.

### INSOLVENZEN IN TIROL

**Konkurs.** Über die Gastwirtin Claudia Meixner (Pizzeria „Cascada“) in der Marktstraße 29b in 6230 Brixlegg wurde am Dienstag laut KSV 1870 ein Konkursverfahren am Landesgericht Innsbruck eröffnet.

### ZAHL DES TAGES

177 Mrd.

**Euro.** Wegen Rezession und Firmenpleiten ist die Summe der faulen Kredite auf 177 Mrd. Euro gestiegen, um 22 % mehr als ein Jahr zuvor.

### SO FINDEN SIE

Börse ..... Seite 24  
Leben ..... Seite 34

Mail Lebenredaktion ..... leben@tt.com  
Telefon TT-Club ..... 05 04 03 - 1800  
Telefon Abo ..... 05 04 03 - 1500  
Fax Service ..... 05 04 03 - 3543

Tiroler Tageszeitung ONLINE

Ihr Leben in den eigenen vier Wänden  
Mehr zu Wohnen und Lifestyle finden Sie auf tt.com

immo.tt.com