

# Aus-Verkauf

Die Zahl der „echten“ österreichischen Handelsketten sinkt stetig, die Uniformität der Einkaufsstraßen nimmt zu. Gründe sind Digitalisierung und Globalisierung.

Von Miriam Koch

Nur auf einen ersten Blick wirkt alles normal: Drei Männer in DiTech-T-Shirts hinter dem Verkaufspult, ein paar wenige Kunden, die sich in die Filiale des Computerhändlers in der Shopping City Süd verirrt haben. Sieht man genauer hin, wird deutlich, wie viele Regale schon verwaist sind, obwohl ohnehin bereits alles auf die Verkaufsfläche im Erdgeschoß konzentriert ist. Die DiTech-Gründer, Damian Izdebski und seine Frau Aleksandra Izdebska, konnten keinen Investor finden, daher



werden die 22 DiTech-Standorte in Österreich sukzessive geschlossen, 254 Beschäftigte verlieren ihren Job. Und Österreich verliert eine Handelsmarke, die hier erfunden, aufgebaut und groß gemacht wurde.

Wieder einmal. Viele „echte“ österreichische Handelsketten, also rot-weiß-rote Gründungen mit heimischen Eigentümern, tun sich schwer im Kampf gegen die Konkurrenz aus dem Internet, mit dem Margenverfall und mit kapitalkräftigen Großkonzernen aus dem Ausland.

Digitalisierung und Globalisierung setzen dem Handel besonders arg zu.

„Die seit den 70er-Jahren groß gewordenen Handelskonzepte folgen fast ausschließlich dem Prinzip ‚Grow or go‘. Sie sind auf Expansion und Wachstum ausgelegt“, ist eine der Erklärungen von Peter Schnedlitz, Professor für Handel und Marketing an der WU Wien. Stagnierende oder gar schrumpfende Märkte seien in den Plänen nicht vorgesehen gewesen. „Sonst hätte man viel mehr an die Kapitalausstattung denken müssen. Dass

die Krise in Osteuropa sechs Jahre hintereinander Markteinbrüche bringt, damit hat wohl niemand gerechnet, und niemand war darauf wirklich vorbereitet“, sagt Schnedlitz.

Mittlerweile zeigen die Zahlen, dass es so, wie es ist, vielerorts nicht weitergehen kann. Manager werden ausgetauscht und Sanierungspläne mit Banken verhandelt – wie etwa bei bauMax. Man trennt sich wie Gigasport von Standorten im Ausland oder versucht neue Konzepte wie etwa Libro oder auch

## DITECH

### Gift: Schnelle Expansion und geringe Eigenmittel

Einige Woche noch, dann werden die letzten der 22 DiTech-Filialen geräumt, und die Marke wird aus Österreichs Handelslandschaft verschwunden sein. Der Computerhändler musste Konkurs anmelden, da die Suche nach einem neuen Geldgeber nicht erfolgreich verlief. Vor 14 Jahren wurde das Unternehmen von Damian Izdebski gegründet. Er und seine Frau, beide stammen ursprünglich aus Polen, galten dank ihres rasanten Aufstiegs als Paradebeispiel für eine erfolgreiche Integration durch Unternehmertum. Anfang März hat Izdebski in einem offenen Brief eingeräumt, sich mit der raschen Expansion übernommen zu haben. „Ich habe mich vom Erfolg des DiTech-Konzepts blenden lassen und unterschätzt, wie wichtig es ist, dieses enorme Wachstum nachhaltig finanziell abzusichern.“ Aus diesen und anderen Gründen sind schon etliche vor ihm gescheitert.

### Verschwundene Marken von heimischen Händlern

Unternehmen	Bemerkung
Niedermeyer	Insolvenz 2013
Konsum	Insolvenz 1995
Schöps	seit 2009 weg vom Markt
Meinl	nur „Meinl am Graben“ blieb
Löwa	zu Zielpunkt umgebaut
PAM PAM	Großmarkt, verkauft
dayli	Insolvenz 2013
Gazelle	ging in Huber Shops auf
Mondo	wurde in Penny umbenannt



## BAUMAX

### Mit der Krise in Osteuropa kamen die Probleme

Dass es der österreichischen Baumarktkette bauMax schlecht geht, war vor Kurzem das Tagesthema. Gründer Karlheinz Essl hatte nämlich zu Rettungszwecken seine Kunstsammlung dem Staat zum Kauf angeboten. Aus dem Deal wurde nichts, noch ist offen, wie es mit der Handelskette genau weitergeht. Fix ist, dass die Filialen in der Türkei aufgelassen werden. Genaueres wird man Ende April

wissen, dann findet ein Bankengipfel statt, bei dem der neue Restrukturierungsplan abgestimmt werden soll. Ohne Schuldennachlass und Beitrag der Familie wird es nicht gehen. bauMax geht es in Österreich nicht so schlecht, aber die Kette leidet unter Managementfehlern und der Expansion nach Osteuropa. Die Wirtschaftskrise drückte die Kauflust dort enorm, hohe Verluste waren die Folge.

### An der Kippe: Österreichische Händler, die kämpfen müssen

Unternehmen	Filialen	Bemerkung
Zielpunkt	259	2016 soll es wieder Gewinne geben
Palmers	111	Zahlen gibt es im Moment keine, neues Management seit 2013
Holland Blumen Mark	87	brauchte Finanzspritze
Leder & Schuh	190	empfindliche Verluste, neues Konzept soll her

# BUSINESS

## Handel

- > die angeschlagene Kette Leder & Schuh (Corti, Humanic, Jello, Shoe4You, Domini und Stiefelkönig). Auch Verkäufe an ausländische Konkurrenten nehmen zu, manchmal noch rechtzeitig wie bei Kika/Leiner, manchmal mitten in der Krise wie bei Sport Eybl.

Ein ausländischer Eigentümer muss keineswegs eine Katastrophe sein. Das hängt von der Branche, der Bedeutung der Kette und der Gewinnmarge ab. Der Lebensmittelhändler Billa gehört seit 1996 nicht mehr dem Österreicher Karl Wlaschek, sondern der deutschen Rewe-Gruppe. Doch aus dem Unternehmen heißt es: „Wir verstehen uns als Österreicher.“ Auch in der Außenwahrnehmung ist Rewe Austria durch und durch österreichisch. In anderen Branchen, wo die Unterschiede zwischen lokalem und internationalem Geschmack geringer sind und Österreich für die Zentrale ein kleines Land von vielen ist, können die Folgen schwerwiegender sein: Wenn Entscheidungen und Arbeitsplätze in andere Länder ausgelagert werden. Das befürchtet der Kika-Betriebsrat. Oder wenn die lokale Marke einer internationalen weichen muss – wie offenbar Sports Experts, das schrittweise durch Sports Direct ersetzt wird.

In jedem Fall schreitet die Globalisierung der Einkaufswelt voran. Egal ob in Wien, Warschau oder München, überall findet sich in den großen Einkaufsstraßen ein sehr ähnlicher Mix aus H&M, Zara und Forever 21. Nationale Marken werden verdrängt. „Die Unterschiede sind kaum noch vorhanden“, sagt Hanna Bomba, Geschäftsführerin von RegioPlan. Mittlerweile muss der Handel zu den Kunden kommen, um Erfolg zu haben, daher sind die besten Lagen für viele



### KIKA/LEINER

## Nach der Übernahme sind die Betriebsräte alarmiert

Es war ein Paukenschlag im heimischen Handel. Die Möbelgruppe Kika/Leiner, gegründet 1910, wurde 2013 von der Eigentümerfamilie Koch an die südafrikanische Steinhoff-Gruppe verkauft. Zuletzt gaben sich die Belegschaftsvertreter alarmiert. Sie fürchten einen Jobabbau und die Schließung von Standorten. Solche Pläne

wurden vom Unternehmen zwar „vehement zurückgewiesen“. Handlungsbedarf besteht aber in jedem Fall. Die hohen Investitionen im Ausland haben Kika im Geschäftsjahr 2012/13 eine Ausweitung des Verlustes bei Rückgang der Umsätze beschert. Auch Leiner rutschte ins Minus. Sanierungsschritte werden folgen.

### Verkauft: Handelsunternehmen mit ausländischen Eigentümern

Unternehmen	verkauft	Bemerkung
Billa/Merkur	1996	auch unter dem Rewe-Dach läuft Billa äußerst erfolgreich
Adeg	2010	wurde ebenfalls von der deutschen Rewe-Gruppe übernommen
Eybl	2013	mehrheitlicher (Not-)Verkauf an die britische Sports Direct

„Die Unterschiede zwischen den großen Einkaufsstraßen sind kaum noch vorhanden.“

Hanna Bomba RegioPlan

Ketten ein Muss. „Dadurch steigt der Filialisierungsgrad der Einkaufsstraßen weiter“, erklärt Roman Schwarzenecker vom Beratungsunternehmen Standort und Markt. Die Konzentration im Handel nimmt zu. „Es ist derzeit brutalst“, sagt Karl Mayr. Seine Fussl Modestraße gehört zu einer der wenigen österreichischen Ketten, die derzeit Erfolg haben

## Politiker!

„Ob wir sie mögen oder nicht, sie sind Realität. Und wir unterstellen positiv: Sie wollen das Beste für unser Land. Wer sie sind, wie sie aussehen, wo wir sie erreichen können und welche „Vorzimmer“ wir erst einmal durchwandern müssen, sagt Ihnen unser neues POLITIKNAVI.“



Wolfgang Rosam  
ROSAM Change Communications

MOTIVATION BY INFORMATION

ROSAM.



Demnächst im Buchhandel sowie als App erhältlich.