



Styria-Boss Markus Mair warnt. [APA]

Styria-Boss Mair: „Es fehlen IT-Fachkräfte“

Drohende Gefahr für die steirische Wirtschaft.

Graz/Wien. Die Voestalpine in Donawitz und Kapfenberg, der Anlagenbauer Andritz im Grazer Vorort, Mayr-Melnhof in Frohnleiten: Den Erfolg des Wirtschaftsstandorts Steiermark – mit einer F&E-Quote von über fünf Prozent in Europas Spitzenfeld – machen nicht nur Großkonzerne aus, sondern viele KMU und Start-ups.

Eine dieser Neuen ist die Grazer Niederlassung des Linzer Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungunternehmens Leitner Leitner. Die Büroeröffnung am Donnerstagabend bot einer prominenten Runde von Topmanagern und Unternehmern Gelegenheit, Stärken und Schwächen des Wirtschaftsstandortes zu beleuchten.

Während Andritz-Hydro-Geschäftsführer Harald Heber die duale Ausbildung als Asset im globalen Wettbewerb hervorhob und Hörgeräteunternehmerin Waltraud Schinko-Neuroth von den „bienenfleißigen Menschen“ sprach, warnte Styria-Media-Group-Chef Markus Mair vor dem eklatanten Mangel an IT-Fachkräften. „Es gibt in unserem Bundesland zu wenige IT-Unternehmen mit Strahlkraft, die attraktive Jobs mit Zukunftsperspektiven anbieten“, sagte Mair. Die Styria Media Group habe ihren Technologie-Hub daher nach Zagreb verlegt.

Remus-Sebring-Geschäftsführer Stephan Zöchling stieß in dasselbe Horn: Man investiere weniger, weil die notwendigen Fachkräfte fehlten. (red.)

Analyse. Österreichs Sporthandel ist umkämpft: Wer Umsatz gewinnt, nimmt ihn anderen weg. Das fordert Opfer, vor allem unter Billiganbietern. Doch die Urgesteine fühlen sich in Sicherheit.

Das brutale Spiel der Sporthändler

VON ANTONIA LÖFFLER

Wien. Die Geschichte von Sports Direct ist abschreckend. Der britische Discounter übernahm vor fünf Jahren 80 gut laufende Geschäfte des Familienunternehmens Eybl. Seine Ansage zum Antritt: Er will viel Staub aufwirbeln. Heute steht er bei weniger als 30 Filialen und schreibt mit dem importierten Billigkonzept Verluste. Aus der Branche hört man, dass er auf bescheidene sechs Geschäfte schrumpfen will. Die Österreich-Mission scheint gescheitert.

Die Geschichte dürfte für Patrick Verwilligen nicht abschreckend genug gewesen sein. Der Österreich-Chef des norwegischen Sporthändlers XXL trat vor einem Jahr an. Seine Ansage war ähnlich vollmundig: „In fünf Jahren sind wir Marktführer.“ Ja, da habe man sich ein „sportliches Ziel“ gesetzt, sagt er heute zur „Presse“. Zurzeit gebe es vier Geschäfte, aber man sei „auf Schiene“. Und in jedem Fall besser aufgestellt als der Konkurrent: „Wir sind zwar auch preisaggressiv, aber nicht mit Eigenmarken, die keiner haben will.“

Ob das der zweite Große, der jüngst auf den Markt gedrängt ist, auch so sieht? Decathlon, der französische Sportriese mit elf Mrd. Euro Umsatz, verkauft fast nur Eigenmarkenprodukte und ist diesen August gekommen, um zu bleiben – ohne Rabattschlacht, mit auf den Markt abgestimmtem Angebot, betonte sein Chef, Gábor Posfai.

Verlockend, aber gefährlich

Was die internationalen Ketten lockt, ist klar: Der Österreicher sportelt gern und viel – und ist bereit, mit 300 Euro pro Kopf und Jahr deutlich mehr dafür auszugeben als seine Nachbarn. „Sportschuhe für 9,90 Euro, das passt einfach nicht nach Österreich. Wir haben höhere Anforderungen“, sagt Handelsprofessor Peter Schnedlitz von der WU Wien. Er glaubt, dass der Markt radikal auseinanderdriften wird: dort der Preis, da die hohe Qualität.

Das dürfte Opfer fordern. „Die Mitte verschwindet“, sagt Intersport-Chef Mathias Boenke. Aber

auch am unteren Ende der Preisskala verkalkulierten sich einige. Denn der 2,8 Mrd. Euro schwere Markt ist trotz Trends zu immer mehr Sport, Wandern, E-Bikes und Fitness kein boomender. Er wachse gerade einmal zwei Prozent – in guten Jahren, sagt Boenke. Seine 290 Geschäfte legten zuletzt aber zweistellig beim Umsatz zu. Das verdankten sie auch Sports Direct. „Der Kuchen ist nur so groß. Wenn einer so stark zulegt wie wir, muss ein anderer verlieren.“ Und die Verdrängung sei nicht abgeschlossen. Realistisch seien 40 Prozent Marktanteil im Fachhandel, zurzeit hat Intersport rund 20 Prozent.

Ähnlich unbeschwert reagiert Hervis-Chef Alfred Eichblatt auf die Neuen: „Wir spüren keinen Gegenwind.“ Schließlich sei man mit Produkt und Botschaft gut in den Köpfen der Österreicher verankert. Auch seine knapp 100 Filialen zählende Kette nützte den Rückzug

von Sports Direct weidlich zur Expansion. Dieses Jahr eröffnen noch fünf Geschäfte, so Eichblatt. „Aber wenn wir das verkünden, gibt es keine Aufregung, keine Rede von Revolution.“ Den neuen Mitbewerbern werde zu viel Bedeutung zugemessen. „Das ist ein Sturm im Wasserglas.“

Wer braucht so viel Fläche?

XXL-Chef Verwilligen betont nach einem Jahr in Österreich inzwischen, er habe „lieber zehn fantastische als zwanzig mittelmäßige Standorte“. Und bald sei die Frage nach den Quadratmetern sowieso sekundär, denn: „Filialexpansion wird in naher Zukunft nicht mehr darüber entscheiden, wer Marktführer ist.“ Denn da gebe es noch einen zweiten Kanal, der immer wichtiger werde: Online.

„Im Sporthandel werden nie 50 Prozent vom Geschäft online gemacht, dafür brauchen die Arti-

kel zu viel Beratung“, sagt Schnedlitz von der WU. Aber die Bedeutung werde sicher noch zunehmen. Die Gefahr, die von Amazon und Zalando ausgeht, hat auch die höherpreisige Konkurrenz erkannt. „Amazon ist unser Hauptmitbewerber“, sagt Intersport-Chef Boenke. „Auf das starke Wachstum müssen wir eine Antwort finden.“

Aber auch hier fühlt er sich in Sicherheit: Für sie sei der Konkurrent weit weniger gefährlich als für kleine Fachgeschäfte. „Sie haben nur ganz wenig Überlebenschancen, wenn die Digitalisierung kommt. Es kann keine Lösung sein, ihre Ware auf Amazon zu verkaufen.“ Die Plattform sammle ihre Daten – und verkaufe dieselben Produkte anschließend billiger. Die Warnung richtet er auch an die Sporthersteller. „Die Industrie muss sich entscheiden, auf welches Pferd sie setzt – auf uns oder Amazon. Beides geht nicht.“



Soll der Sportschuh zehn oder lieber mehrere Hundert Euro kosten? Der Markt ist groß. Aber so groß dann auch wieder nicht. [Reuters]

recomm
Real Estate Leaders Summit

www.recomm.eu



„Für den Erfolg setzen wir hohe Maßstäbe. Um diesen Weg weiterhin dynamisch und engagiert beschreiten zu können, verhilft uns die re.comm zu neuen Ideen und zum unternehmerischen sowie persönlichen „Out-of-the-Box-Denken“.“

MICHAEL BUCHMEIER

Geschäftsführung ÖRAG Immobilien Vermittlung GmbH,
Abteilungsleitung Immobilienbewertung

Deutschland ringt um Lösung im Dieselstreit

Mobilität. Autofahrer sollen von den Konzernen einen Gutschein für die Nachrüstung erhalten.

Wolfsburg. Millionen Dieselbesitzer sollen bald Klarheit über neue Maßnahmen gegen Fahrverbote wegen zu schmutziger Luft in deutschen Städten bekommen: Beim zweiten Dieseltreffen binnen einer Woche unter Führung der deutschen Bundeskanzlerin, Angela Merkel (CDU), mit den Chefs der Autokonzerne zeichnete sich am Freitagnachmittag ein Pakt ab.

Dabei geht es um eine Kombination aus dem Rückkauf alter Dieselaautos, einem groß angelegten Umtausch älterer Diesel mit der Abgasnorm Euro 4 und teilweise wohl auch mit Euro 5 in saubere Autos sowie eine Hardwarenachrüstung. Die Autokonzerne sollen einen Teil der Kosten von mehreren Milliarden übernehmen. Die Höhe dieser Beteiligung war bis zuletzt ein Knackpunkt.

Verhandelt werde über ein Gesamtpaket, um drohende Fahrverbote in großen Städten wie Frankfurt und Stuttgart zu vermeiden,

hiess es. Die „FAZ“ berichtet von einem Gutscheinsystem. Audi, VW, BMW und Mercedes wollen Besitzern von Autos, die von Fahrverboten betroffen sind, Gutscheine für den Einbau von Teilen geben. Sie würden damit aber unverändert keine Herstellergarantie für diese Teile übernehmen.

Für österreichische Besitzer von Diesel-Pkw ist die Entwicklung in Deutschland von Interesse, weil das Infrastrukturministerium auch hierzulande Nachrüstungen zur Sprache brachte. Die deutsche Lösung könnte als Vorbild dienen. So etwa drängt die Arbeiterkammer Wien auf einen Dieseltreffen nach deutschem Vorbild, um Entschädigungen für betroffene Autobesitzer zu erreichen. AK-Direktor Christoph Klein hält Gutscheine für die Nachrüstung von Millionen Pkw mit Katalysatoren, wie sie jetzt in Deutschland diskutiert werden, für eine gute Lösung. Auch Gruppenklagen sollen möglich werden. (ag.)

Säureanschlag gegen Manager bleibt ungeklärt

Innogy-Finanzchef bleibt auch künftig im Ungewissen.

Essen. Ein halbes Jahr nach dem Säureanschlag auf den Finanzchef des Energiekonzerns Innogy, Bernhard Günther, stellte die Staatsanwaltschaft Wuppertal ihre Ermittlungen ein. Trotz umfangreicher Untersuchungen habe der Fall nicht aufgeklärt werden können, teilte die Staatsanwältin gestern mit.

Die Identität der Täter bleibe damit ebenso ungeklärt wie ihr Motiv für den Anschlag. Die Staatsanwaltschaft hatte zunächst wegen versuchten Mordes ermittelt. Günther war im März nach dem Joggen mit Freunden nahe seinem Wohnhaus in Haan bei Düsseldorf überfallen worden. Zwei Männer warfen den 51-Jährigen zu Boden und übergossen ihn mit Säure. Günther wurde wenige Wochen nach der Tat aus dem Krankenhaus entlassen und nahm bald darauf die Arbeit wieder auf. (APA)