

DEUTSCHLAND

Metro strukturiert weiter um



© Rolf Vermeiren/CPA/AFP

DÜSSELDORF. Das kriselnde Russland-Geschäft ist weiter ein Bremsklotz für den deutschen Handelsriesen Metro. Der Konzern erwarte im Geschäft rund um seine Großmärkte 2018/19 einen Rückgang des operativen Gewinns um zwei bis sechs Prozent im Vergleich zum Vorjahr (1,24 Mrd. €). In Russland betreiben die Rheinländer rund 90 ihrer mehr als 760 Cash&Carry-Märkte. Der Umsatz brach hier im vergangenen Geschäftsjahr um 16,3% auf 2,8 Mrd. € ein.

Gastronomie-Offensive

Ein weiterer Grund für das Ertragsminus sind die Investitionen in die Digitalisierung. Konzernchef Olaf Koch (Bild) will so Kunden wie Gastronomen und Hoteliers enger an Metro binden. Ziel ist ein Umsatzplus von einem bis drei Prozent im laufenden Geschäftsjahr. Dabei will er sich gänzlich auf das Großmarktgeschäft konzentrieren.

Indes sei für die Supermarktkette Real kein Platz mehr: „Der Verkaufsprozess schreitet wie geplant voran“, betont Koch. Einem Insider zufolge haben mehrere Interessenten für die Kette bei Metro angeklopft – sowohl Finanzinvestoren als auch Interessenten aus der Branche. (red)

Aufreger Plastikmüll

Plastik-Schraubverschlüsse sollen künftig an der Flasche fixiert sein – das macht sie schwerer und verursacht mehr Müll.



© Panthermedia.net/Sabine Katzenberger

Der Plastikverschluss soll künftig fix mit der Flasche verbunden sein – was den Kunststoffverbrauch wohl erhöhen wird.

WIEN. Die geplante EU-Kunststoffrichtlinie („Single Use Plastics Directive“) passt dem Verband der Getränkehersteller Österreichs gar nicht. Darin enthalten ist nämlich eine erweiterte Herstellerverantwortung für Einwegkunststoffflaschen – Plastik-Schraubverschlüsse sollen künftig an den Flaschen fixiert sein.

Eine Studie der Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (siehe Seite 54) legt nun

nahe, dass diese Anbindevorrichtung den Kunststoffverbrauch um bis zu 200.000 t pro Jahr erhöhen wird.

Problem verschlimmert

Der Getränkeverband dazu: „Wir wollen den Einsatz von Plastik für Verpackungen deutlich reduzieren. Daher setzen wir seitens der österreichischen Getränkehersteller schon lange auf leichte Gebinde sowie modernstes PET-Recycling, das es erlaubt, aus

gebrauchten Flaschen wieder neue zu machen. Die EU-Richtlinie würde zwischen 50.000 und 200.000 Tonnen zusätzliches Plastik bringen und die Gebinde wieder schwerer machen.“

Handelsseitig ist etwa Billa Vorstand Robert Nagele realistisch: „Wir unternehmen alles, um Plastik in der Filiale zu reduzieren. Bei den Getränken ist PET aber so praktisch, dass der Konsument darauf nicht verzichten will.“ (red)



© WU-Institut für Handel und Marketing

Top im WU-Praxisdialog

Hartwig Kirner, Marcus Wild und Alexander Aigner.

WIEN. Prof. Peter Schnedlitz (WU-Institut für Handel und Marketing) konnte in diesem Semester in der Veranstaltungsreihe Praxisdialog drei sehr erfolgreiche Absolventen begrüßen: Hartwig Kirner ist Geschäftsführer von Fairtrade Austria. Er konnte seine Erfahrung aus der Tätigkeit bei Procter & Gamble und Coca-Cola gut bei Fairtrade einsetzen. Marcus Wild (im Bild

1. mit Schnedlitz) hat als CEO von Spar European Shopping Centers ein Unternehmen von europäischem Rang geformt.

Den Abschluss bildete vor Weihnachten ein Vortrag von Alexander Aigner, Marketingdirektor des Wettanbieters bet-at-home. Er stellte den Studenten das betriebswirtschaftliche Zahlengerüst des Online-Wettgeschäfts vor. (red)