

„Menschen wollen keine Übermacht“

Peter Schnedlitz hält die Zeit reif für einen neuen Harddiskonter. Der Handelsexperte über riskante Oligopole und Zeiten, in denen Hofer Späne in Filialen austreute und Meinel in kein Sumpfgelände wollte.

INTERVIEW: Verena Kainrath

STANDARD: Sie analysieren den Handel seit 40 Jahren. Wird man da ein Einkaufsmuffel?
Schnedlitz: Ich gehe nach wie vor gern einkaufen, sofern es meine Frau samstags zulässt. Und meinen Studenten rate ich, im Urlaub nicht nur Kirchen und Museen zu besuchen, sondern auch Geschäfte. Dort erfahren sie weitaus mehr über ein Land.

STANDARD: Sie kennen jeden Marketingtrick. Sind Sie überhaupt noch verführbar?
Schnedlitz: Der Mensch ist gegen Beeinflussung robuster, als manch' Lobbyist wahrhaben will. Er ist schwer prognostizierbar, es gibt kein geheimes Tool dafür. Kaufverhalten vorherzusehen wird immer schwieriger, denn es ist von Neugier und nicht von Gewohnheit geprägt. Der Handel wird also Marktplatz bleiben. Und das Einkaufszentrum ist der Dorfplatz der Großstadtkinder.

STANDARD: Sie haben in vier Jahrzehnten vieles prognostiziert. Wo lagen Sie falsch?
Schnedlitz: 99 Prozent dessen, was ich erwartet habe, ist eingetreten. Was ich nicht dachte, ist, dass Diskonter einen derart hohen Marktanteil erreichen, dass Hofer etwa die 20-Prozent-Marke überspringt und Billa überholt, dass Diskonter so stark in Qualität und Non-Food investieren. Aber auch die große internationale Arbeitsteilung war so nicht vorhersehbar. Ein Wasserglas etwa wird in China um 50 Cent gekauft. Transportkosten machen zwei Cent aus, am Ende des Tages beträgt der Verkaufspreis 2,90.

STANDARD: Grenzen zwischen Diskontern und Supermärkten verschwimmen ...
Schnedlitz: Die Zeit für einen neuen Harddiskonter kommt, für einen, der mit viel aggressiveren Preisen und noch weniger Service in den Markt einsteigt. Ich warne jedoch die Diskonter davor, den Supermärkten immer ähnlicher zu werden.

STANDARD: Was ist am Upgrade schlecht?
Schnedlitz: Sie verlieren Preisimage. Hofer streute in den 70er-Jahren etwa im Winter, weil er beim Heizen sparte, Sägespäne aus, damit die Leute am gefrorenen Boden nicht ausrutschten. Da gab es Kunden, die haben Getränke umgefüllt, Weinbrand in Scharlachberg. Mein Vorgänger vertrat die Hypothese: Je größer die Marktbedeutung des Diskonts, desto schlechter ist die Qualität, desto mehr ist die Gesundheit gefährdet. Er war Bekenner des Bedienungshandels.

STANDARD: Was war rückblickend betrachtet größter Treiber des Umbruchs im Handel?
Schnedlitz: Die Motorisierung. Mit ihr kam große Fläche auf die grüne Wiese, Selbstbedienung, Filialisierung. Die Shopping City Süd wollte bei ihrer Gründung einst unbedingt Meinel als Mieter. Vösendorf war damals noch Gstätten – Julius Meinel lehnte vehement ab, meinte, warum sollen Wiener in die Sumpfgelände fahren, wo sie doch in der Stadt so schöne Geschäfte haben.



„Ich warne Diskonter davor, den Supermärkten immer ähnlicher zu werden“, sagt Peter Schnedlitz, Leiter des Instituts für Handel an der Wiener Wirtschaftsuniversität.

STANDARD: Heute liefert sich Hofer Duell mit Billa um höhere Bio-Standards – zulasten der Bauern, die bei Auflagen nicht mithalten können. Sind Händler bessere Produzenten?
Schnedlitz: Sie stoßen in Bereiche vor, in denen die Markenindustrie etwas verschla-

fen hat, wo sie sich profilieren können. Es ist skurril, dass Marken wie „Ja! Natürlich“ und „Zurück zum Ursprung“ vom Handel kommen. Das wäre Hausaufgabe der Landwirtschaft gewesen – beim EU-Beitritt war ja noch groß vom Feinkostladen Österreich

die Rede. Tatsächlich aber hechelt sie den Handelsmarken hinterher.

STANDARD: Supermärkte besitzen Fleischwerke und Bäckereien, produzieren Schokolade und Wein. Halten Sie das für gut?
Schnedlitz: Es gibt ein Limit, das damit einhergeht, dass Menschen keine Übermacht eines Konzerns wollen. Was auch ein Problem für Amazon ist. Ich bin überzeugt, dass es Gegenbewegungen geben wird. Hinter 30 Prozent Marktanteil steht immer gewisse Macht. Ich hätte lieber mehr Konkurrenz. Und ich bin froh, dass Österreich in der EU ist, weil sie es als Erste wagte, Auflagen zu verhängen und Märkte zu beschränken. Ich wüsste nicht, wie es sonst im Handel aussähe. Die Marktanteile der zwei großen Lebensmittelketten wären wohl noch größer.

STANDARD: Es gibt ja einen neuen Leitfadener gegen unlauteren Wettbewerb. Müssen sich Lieferanten künftig nicht mehr fürchten?
Schnedlitz: (lacht) Es ist keine Lösung, aber wenn es zu 50 Prozent wirkt, ist das auch etwas. Oligopole bergen Risiken, hohe Konzentration führt nie zu niedrigeren Preisen. Ich denke allerdings auch, dass am Ende des Tages Konkurrenz über Harmonie siegt. In der Industrie etwa gibt es heute große Rotation im Management, Mitarbeiter sind auf kurzfristige Maximierung aus und verzichten auf Kooperationen. Zu meiner Studienzeit waren die Chefs von Henkel, Nestlé oder L'Oréal noch bekannt wie Minister.

STANDARD: Sie waren stets skeptisch ob des Onlinehypes. Glauben Sie immer noch nicht an den Weltsieg von Amazon?
Schnedlitz: Nein, aber ich bin enttäuscht, dass es kleine Händler nicht schaffen, größere Marktanteile zu erreichen. In Wirklichkeit wachsen nur die zehn großen Onlinehändler, unter ihnen vor allem Amazon und Zalando. The winner takes it all.

STANDARD: Amazon ist in Österreich sehr umtriebig.
Schnedlitz: Österreich ist unwichtig; weniger als ein Prozent des Binnenhandels der Welt spielt sich hier ab. Aber wir haben eine hohe Wertschöpfung. Österreich eignet sich daher gut als billiger Testmarkt.

STANDARD: Gibt es Innovationen, um die stationäre Händler nicht herumkommen?
Schnedlitz: Karl Wlaschek (Billa-Gründer, Anm.) hat bei seinem einzigen Auftritt in der WU vor 20 Jahren gesagt: Das Geschäft muss sauber, die Leute müssen freundlich sein, und die Preise müssen passen. Dem habe ich nichts hinzuzufügen.

PETER SCHNEDLITZ (64) leitet seit 1992 das Institut für Handel und Marketing der Wirtschaftsuniversität Wien. Der gebürtige Steirer, der in Murau in einer Bauernfamilie aufwuchs, habilitierte in Graz. Gemeinsam mit Co-Autoren publizierte er unter anderem die „Österreichische Handelsgeschichte“.

Handel hat Baubranche bei Pleiten überholt

Historischer Höchststand bei Privatkonkursen – Bei Wagner-Biro droht aus Sicht des KSV ein Totalausfall für Gläubiger

Wien – Einige Besonderheiten weist die Insolvenzstatistik für 2018 auf. Wohl reduzierte sich die Zahl der eröffneten Firmenpleiten um 1,72 Prozent auf 2972, allerdings stiegen das Volumen der Passiva und die Zahl der gefährdeten Arbeitsplätze. Und: Aufgrund der geänderten Gesetzeslage wurden erstmals seit 1995 mehr als 10.000 Privatkonkurse eröffnet. 16.743 Arbeitsplätze waren im Vorjahr durch Pleiten unmittelbar bedroht, das ist laut dem Gläubigerschutzverband AKV ein Achtel

mehr als 2017. Die Gesamtpassiva der eröffneten Firmeninsolvenzen stiegen um 27 Prozent auf 2,51 Milliarden Euro. Verantwortlich für diesen „exorbitanten Anstieg“ waren Großpleiten wie jene der Fluglinie Niki, der Modekette Charles Vögele, des Anlagenbauers Wagner-Biro, des Raststättenbetreibers Rosenberger und der Wienwert-Immobilien-gruppe. Wies 2017 noch die Baubranche die meisten Pleiten auf, war im Vorjahr der Handel mit 688 Verfahren Spitzenreiter – gefolgt

von Bau (625) und Gastronomie (503). „Österreichweit werden wöchentlich 100 Unternehmen insolvent“, rechnet der Leiter des AKV-Insolvenzbereichs, Franz Blantz, vor. Mangels Masse abgewiesen wurden 2233 Verfahren (plus vier Prozent), es war also nicht einmal genug Geld da, um die 4000 Euro für ein Insolvenzverfahren aufzubringen. Bei Privatkonkursen erreichten die Verbindlichkeiten 2018 mit rund 1,6 Milliarden Euro einen historischen Höchstwert. Einen

Privatkonkursantrag stellten 10.024 Personen, das sind fast 45 Prozent mehr als 2017. „Vor allem vormalige Unternehmer mit Millionenverbindlichkeiten nutzen die neuen Bestimmungen des Privatkonkurses“, sagt AKV-Chef Hans Musser. Schuldner werden seit November nur fünf statt sieben Jahre aufs Existenzminimum gepfändet, die Mindestquote von zehn Prozent der Verbindlichkeiten fiel weg. Unter den zehn größten Insolvenzen (nach Passiva) sind 2018 zwei Privatkonkurse.

Ein „Totalausfall“ droht laut dem Kreditschutzverband von 1870 bei SBE Alpha, der früheren Wagner-Biro Stahlbau. 220 Gläubiger (inklusive Dienstnehmer der SBE) haben rund 160 Millionen Euro an Forderungen angemeldet. Darin enthalten: hohe Schadenersatzforderungen von Vertragspartnern. Anerkannt sind nach der Prüfungstagsatzung am Mittwoch nur 11,5 Millionen Euro. Ob es zur Quotenzahlung an die Gläubiger kommt, lässt sich nicht abschätzen, so der KSV. (APA, red)