

→ VON EM.UNIV.-PROF. DR. PETER SCHNEDLITZ

# Der Handel ist keine Bluffer-Branche

**W**er hätte vor zehn Jahren gedacht, dass die Spar der Rewe-Gruppe so nahe kommen würde? Vielleicht ist sogar dauerhaft der Sprung zur Nummer 1 möglich. Der Spar-Präsident Drexel krönt damit ein drucksvoll sein Lebenswerk. Die Marktanteilsverschiebungen sind stets nur hinter der Kommastelle erfolgt. In einer Periode von zehn Jahren entsteht daraus ein bemerkenswerter Effekt, ganz ohne aufgeregtem Kundenkarten-Hokuspokus. Zwei der neuen Vorstandsmitglieder der Spar sind vor dem Corona Shutdown im Praxisdialog der WU „aufgetreten“. In beiden Fällen waren die Studierende sehr beeindruckt von der Bodenhaftung und auch von der Kompetenz.

Eine repräsentative Umfrage, die wir zusammen mit Gallup durchgeführt haben, kann ebenfalls als Bestätigung für die Spar interpretiert werden. Auf die Frage, welcher Händler sich in der Corona-Krise am besten um die Mitarbeiter/innen und Kunden/innen kümmere, landet die Spar in beiden Fällen auf Platz 1 – eben ein „Fels in der Brandung“. So mancher E-Commerce Anbieter könnte sich daran ein Beispiel nehmen. Es empfiehlt sich, stets einen Blick in das Firmenbuch zu werfen. Händler die jedes Jahr Erfolgs-PR streuen, weisen dort plötzlich Umsatzverlust und Mitarbeiter-Abbau aus. Nicht selten findet sich ein negatives Eigenkapital. Spannend ist stets auch das Jonglieren mit Zahlen. Eine Steigerung des Online-Umsatzes von einem Anteil von ein Prozent auf zwei Prozent bedeutet 100 Prozent.

Wie wird es nach Corona weitergehen? Es gibt Apologeten des „kein Stein bleibt auf dem anderen“. Dies sind nicht selten Berater die im Heckwasser der Krise eine Dienstleistung oder eine Hardware verkaufen wollen. In Wirklichkeit bleibt die Habitualisierung ein fundamentaler Aspekt des Einkaufsverhaltens. Unsere Kooperations-Studie mit Gallup belegt: die Menschen wollen so schnell wie möglich zur Normalität zurück. Ich kenne jedenfalls niemand, der Schumpeters Stehsatz von der „schöpferische Zerstörung“ herbeisehnt. Sind wir doch alle froh, wenn der Spuk vorbei ist.

*„Ein Blick in das Firmenbuch bringt oft negative Überraschungen zu den veröffentlichten Erfolgsgeschichten“*



**EM.UNIV.-PROF. DR. PETER SCHNEDLITZ**  
Institut für Handel und Marketing (H&M),  
WU Wien

Peter.Schnedlitz@wu.ac.at

## I M P R E S S U M

### Eigentümer:

REGAL Verlagsgesellschaft m.b.H.

### Chefredakteur:

Dr. Gregor Schuhmayer

### Redaktion:

Stv. Chefredakteur: Mag. Robert Falkinger  
Chef vom Dienst: Mag. Herbert Schneeweiß  
Mag. Verena Schneeweiß,  
Anna Lena Wagner, MA,  
Aneta Zeunerova (Osteuropa, Selbstständig),  
Mag. Clarissa Mayer-Heinisch (Selbstständig)

### Marketing:

Mag. Franz Kahrer,  
Ing. Klaus Tesar,  
Robert Treitner,  
Dr. Martin Bauer (Selbstständig)  
Mag. Christoph Zitka (Selbstständig)

### Geschäftsführung:

Dr. Thorsten Weiland,  
Mag. Roland Pirker

### Geschäftsführung Stv.:

Mag. Angelika Wessely

### Anzeigencontrolling:

Mag. Stefanie Dähmlow (MAS)

### Anzeigen- und Verlagsleitung:

Mag. Stefanie Dähmlow (MAS)

### E-Mail-Erreichbarkeit:

e-mail: sekretariat@regal.at  
e-mail/Abo: abo@regal.at  
e-mail/Neue Produkte: marketing@regal.at  
e-mail/Redaktion: wagner@regal.at  
e-mail/Industrie&Verlag: wessely@regal.at  
e-mail/Anzeigen: daehmlow@regal.at  
Alle: 1210 Wien, Floridsdorfer Hptstr. 1,  
Tel.: 1/368 67 13-11  
Fax: 1/368 67 13-18

### Abo-Preise:

Jahresabonnement:  
€ 39,- zzgl. 10% MwSt.,  
Testabo für 3 Ausgaben (App & ePaper gratis):  
€ 9,90 zzgl. 10% MwSt.  
Auslandsabo: € 85,-  
Es gilt der Anzeigentarif Nr. 45.  
Advertorials sind bezahlte Einschaltungen.  
Für die Richtigkeit und Vollständigkeit von  
per ISDN/e-mail übertragenen Dokumenten/  
Anzeigen kann keine Verantwortung  
übernommen werden.

Erscheinungsort Wien  
Verlagspostamt 1210 Wien

### Layout:

Bureaucooper: Karin Klier  
Studio ms: Mario Simon  
Werner Supanz

### PDF-Produktion:

Seyss Medienhaus  
Tel.: 01/707 71 57-35 (regal@seyss.at)

Druck: Berger, Horn