

„Es ging nicht mehr um Marktanteile“

 retailreport.at/tag-des-handels-gmunden

#retailREPORT

DAS ÖSTERREICHISCHE PORTAL FÜR DEN HANDEL



Handelsverband

Hochkarätige Diskussionen und Vorträge prägten den „Tag des Handels“ in Gmunden.

Seit längerem wieder eine Veranstaltung in „Echtzeit“ – das schafften Handelsverband mit dem Fachmedium Regal unter dem Dach des „Tag des Handels“. Auch wenn der Untertitel der Veranstaltung lautete: Lebensmittel Wertschätzen, so war doch die Corona-Krise stets präsent. Etwa 300 Personen, darunter die CEOs aller großen Handelsfirmen aus dem Lebensmittelbereich (Spar, Rewe, Hofer, Lidl, Unimarkt, Eurogast, Metro, Müller..) waren zu Gast.

Corona als Stresstest – die Krisenstrategien

Horst Leitner (Hofer), Alexander Kiennast (Kiennast), Holger Schwarting (Sport 2000), Andreas Haider (Unimarkt) und Xavier Plotitza (Metro) berichteten über die Ereignisse in ihren Unternehmen in den vergangenen sieben Monaten. „In der Lockdown-Phase wandelte sich die Rolle des Lebensmittelhändlers zum Versorger in der Krise“, so Hofer-Generaldirektor Horst Leitner. „Es ging in dieser Phase nicht mehr um Marktanteile, sondern um die Versorgung der Bevölkerung“.

Xavier Plotitza als Metro-Chef Österreich hatte den Vorteil, dass er bei seinen chinesischen Kollegen Erfahrungswerte abziehen konnte. „Wir haben einen Markt in China und wir wussten bis zu einem gewissen Grad, was da im Handel auf uns zukommt“, so Plotitza.

Für Andreas Haider, Unimarkt, war es immer wieder eine Herausforderung die Mitarbeiter richtig zu unterstützen und zu coachen. „Im Nachhinein gesehen, sind die Mitarbeiter in den Teams gestärkt aus der Krise herausgegangen“.

Mit gemischten Gefühlen erlebte Alexander Kiennast die Krise. Als Großhändler für Nah&Frisch mussten die Kaufleute versorgt werden, die Gastronomie im anderen Falle stand und steht vor der größten Krise seit Jahrzehnten.

Noch schlimmer hat es den Sporthandel erwischt, wie Holger Schwarting von Sport 2000 betont. „Ich bin nahezu zum Youtube-Star geworden, als ich die Mitarbeiter online coachte“, so Schwarting. Ganz glücklich war man im Sporthandel nicht, dass der Lebensmittelhandel auch diese Sortimente verkaufte, aber nach der Wiederöffnung ist die Branche ganz gut weggekommen. „Die Österreicher sind Laufen, Radfahren und Wandern gegangen und haben sich Ausrüstungen gekauft“. Brisant: e-Bikes sind zur Zeit Mangelware und am Markt nur mehr schwer zu bekommen.

Für alle gleich

Was für alle gleich war, ist der Online-Handel. Dieser hat sich sehr gut entwickelt, zum Teil ist er nicht mehr bewältigbar gewesen. Non Food war besser unterwegs als Food, das ist keine Neuheit. „Trotzdem hat Food auch stark zugelegt“, so Leitner. „Die online-Umsätze aus anderen Ländern wie etwa Großbritannien haben wir nicht erreicht. Dort holt man sich mittags einen Snack im Shop und bestellt online für Abend“, berichtet der Hofer-Chef.

Wir haben nun einmal in Österreich die schönste und dichteste Filialanzahl, meint Leitner, deshalb wird online immer schwieriger sein auszubauen.

„Wir sollten also schauen, dass wir den Konsumenten ins Geschäft holen und ihm Service bieten, als ihn aus dem Geschäft wegzulocken“, so Leitner. „Das wäre für alle Händler schlecht“. Ein Kuriosum: in Corona-Zeiten wurde im Gegensatz zu sonst viel Frische bestellt, aber auch regionale Produkte erlebten einen Hype.

Regionalität punktet – mit Abstrichen

Genau um diese Regionalität ging es in der zweiten großen Podiumsdiskussion, an der Bundesministerin Elisabeth Köstinger, Spar-Vorstand und designierter Spar-Vorstandsvorsitzender Mag. Fritz Poppmeier, Günter Thumser, Markenartikelverband, Josef Moosbrugger, Präsident der Landwirtschaftskammer und Manuel Hofer, Geschäftsführer TopTeam teilnahmen.

Es spalten sich die Meinungen: Der Handel ist sich sicher, dass er für regionale Produkte und auch für die Bauernschaft viel tut, um das Überleben und Leben lebenswert zu machen.

Sieht man sich alle Projekte an, so ist der Lebensmittelhandel auf einem guten Weg. Die Bauern wünschen sich jedoch faire Preise und Abnahmen und der Markenartikelverband plädiert vehement für eine faire Lieferkette und eine Abgeltung der wahren Kosten. „Wertschöpfungskette ist nicht gleich Preiskette und darf es nicht sein“, so Günter Thumser.

Hannes Royer, Gründer von Land schafft Leben, bringt es noch mehr auf den Punkt in einer Diskussion mit Alessandro Wolf, Lidl-Chef Österreich: „Ihr sagt, dass ihr Regionalität und die heimische Bauernschaft fördert, im Flugblatt werden jedoch billige Produkte – manchmal nicht einmal aus Österreich – beworben. Österreich gibt es aber nicht zum billigsten Preis!“, so Royer.

Über die Vorträge von Dr. Günther Helm, Müller Drogerie, und Dr. Anton Salesny, WU-Wien, berichten wir gesondert.

Verleihung Handelspreis und Industriepreis

Einer der zahlreichen Höhepunkte war die Vergabe des österreichischen Handelspreises für herausragende Leistungen im heimischen Handel. Die Auszeichnung wurde heuer an eine Persönlichkeit verliehen, die den österreichischen Non Food-Handel ganz entscheidend geprägt und gestaltet hat: **Ferdinand Brenninkmeijer**, früher Geschäftsführer der C&A Unternehmensbeteiligung Ges.m.b.H., Wien und Präsident des Handelsverbandes. Die Laudatio hielt Norbert W. Scheele, Country Manager von C&A.

Gerhard Woerle wiederum erhielt den "Großen Preis der Industrie". Rund 45 Jahre lang hat der erfolgreiche Unternehmer die Privatkäserei "Gebrüder Woerle" in Henndorf geleitet. Nun legt er mit 77 Jahren die Geschicke in die Hände seiner Kinder.