



Prof. Dr. Herbert Kotzab

Die Professoren Kotzab, Teller und Reutterer über Schnedlitz und die Forschung

Analyst des Handels

Schnedlitz warnt vor euphorischer Beurteilung des modernen Online-Handels

Das wissenschaftliche Interesse von Peter Schnedlitz gilt dem Handel und insbesondere dem Wandel dieses Wirtschaftssektors. Sein inhaltliches sowie methodisches Repertoire – quasi die Schnedlitzsche Sortimentpolitik – ist sowohl breit als auch tief. Der Wegbegleiter der österreichischen Handelsdynamik kann daher sowohl als akademischer „Fachmarkt“ als auch als „Spezialgeschäft“ angesehen werden.

Zu Beginn seiner Laufbahn befasste sich Peter Schnedlitz mit Fragen der sozialen Kontingenz im Einstellungsmodell, also eine Fragestellung des Konsumentenverhaltens. Dadurch konnte Peter Schnedlitz die Aussage treffen, wonach der Handel „der Seismograph für die psychologische Situation eines Landes“ sei. Aus akademischer Perspektive beschäftigte sich Peter Schnedlitz bereits in sehr frühen Jahren mit Methoden und Modellen, die sich erst viel später zum Mainstream der Marketing-Disziplin entwickelten. Auch seine frühe Kooperation mit Wissenschaftlern US-amerikanischer Elite-Universitäten, wie das Massachusetts Institute of Technology, war in vielen Bereichen seiner Zeit voraus.

Wie kein anderer kommentierte Peter Schnedlitz die eindrucksvolle Veränderung des österreichischen Handels und weist immer wieder darauf hin, dass es sich beim Handel



Prof. Dr. Christoph Teller

um den Landschaftsgärtner der Dörfer und Städte handle. Damit will er auf die Entwicklungen der handelsspezifischen Standortpolitik (City vs. Grüne Wiese, „Sterben“ der Innenstädte) und Konzentrationsprozesse im Handel hinweisen. Denn Handel ist laut Peter Schned-

litz die moderne Version des Dorfplatzes, ein Ort der sozialen Begegnung und deshalb aus dem Gesellschaftsleben nicht wegzudenken. Statements wie diese sind vor allem heute im Zeitalter der digitalen sozialen Netzwerke noch aktueller und relevanter denn je. Das kritische Auge des Peter Schnedlitz wurde auch nicht müde zu bemerken, dass man sich dem Thema Online-Handel nicht zu euphorisch widmen, sondern dieses realistisch betrachten soll. Skepsis und Kritik als wissenschaftliche Ankerpunkte führen aber auch zur Befassung mit Themen abseits des Mainstreams. Dazu zählt etwa der gesellschaftspolitisch so wichtige Aspekt der sozialen Verantwortung im Handel, wo Peter Schnedlitz sich mit seinem Team als einer der ersten dem Thema der Sozialmärkte annahm.

Die wissenschaftliche Anerkennung seiner Leistung wird auch durch die Übernahme der Herausgeberschaft der Serie European Retail Research dokumentiert. Diese Buchreihe stellt die Fortführung der Buchreihe

Handelsforschung der Forschungsstelle für den Handel Berlin dar.

Der Wissenschaftler Peter Schnedlitz ist und bleibt ein Forscher mit Bodenhaftung, der sich nicht scheut, den empirischen Bezug zur Praxis herzustellen. Seine vielen Projekte und Kooperationen mit Partnern aus der Handels- und Marketingpraxis belegen dies. Doch gemäß dem Motto „Nichts ist praktischer als eine gute Theorie“ war und ist es ihm immer ein Anliegen, seine Forschung theoretisch und konzeptionell seriös zu verankern. Seinen Student/innen und wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen ist er ein Vorbild an Offenheit und Toleranz in Bezug auf Methode und Theorie. Im Vordergrund steht die Nützlichkeit zur Problemlösung und nicht der Methoden- oder Theorieszientismus.

Den wenigsten dürfte aber bekannt sein, dass Peter Schnedlitz Projekte wie den ersten Weltraumausflug eines Österreicher (Austromir) begleitete. Seit damals wissen die Österreicher und Österreicherinnen, dass die Schwerelosigkeit unsere Mozartkugeln nicht negativ beeinflusst.

Seit einigen Jahren leitet Peter Schnedlitz nicht nur sein Institut sondern ist auch Vorstand des Departments für Marketing an der Wirtschaftsuniversität Wien, in dessen Funktion er unter anderem auch die Übersiedelung auf den neuen WU-Campus erfolgreich begleitet hat. Er ist für das Marketing-Department der WU zur Integrationsfigur geworden und ein unermüdlicher

Kämpfer, wenn es darum geht, die Interessen des Departments zu vertreten.

Wir wünschen dem Jubilar alles erdenklich Beste für seine Zukunft, und dass er der Handelsszene noch lange Zeit erhalten bleiben möge. ■



Prof. Dr. Thomas Reutterer