

MEINUNGSBÖRSE

Handel im Wandel
Trotzreaktion

Martin Krause

Es soll ja Leute gegeben haben, die das Internet für ein vorübergehendes Phänomen hielten. Schwamm drüber, die Leute haben sich getäuscht. Zweifel daran, dass Digitalisierung und Vernetzung beherrschende Trends bleiben, sind hinfällig.

Aber man kann alles auch übertreiben. Das wirkliche Leben findet überwiegend in der Wirklichkeit statt, nicht im Internet. Es mag Kommunikation im Netz geben, aber am lustigsten ist es, wenn die Freunde gegenüber sitzen. Man kann Landschaften auf

Bildern ansehen, aber am beeindruckendsten ist der Anblick mit eigenen Augen. Mit Fühlen, Schmecken, Riechen und Handeln ist es ähnlich.

Für die Trotzreaktion – „Internet ist nicht alles“ – ist es höchste Zeit. Es tut gut, die Botschaft zu hören: Lasst Euch nicht von Trendgurus verrückt machen. Die Technik wird die Welt noch weiter auf den Kopf stellen. Aber Gutes kann auch bleiben, wenn wir von seinem Wert überzeugt sind und es bewahren.

*martin.krause@
ihr-kommentar.de*

Neuer 50-Euro-Schein ist im Umlauf

Frankfurt (dpa). Die Notenbanken haben den neuen 50-Euro-Schein in Umlauf gebracht. Dieser soll fälschungssicherer sein als sein Vorgänger. Laut Bundesbank entfielen auf ihn 2016 sechs von zehn Blüthen (61 Prozent). Vor allem ein Porträtfenster soll Kriminelle vor Probleme stellen: Es wird durchsichtig, wenn man den Schein gegen das Licht hält. Dann wird in ihm ein Bildnis der griechischen Mythengestalt Europa sichtbar.

Unister-Reisesparte gehört neuem Investor

Leipzig (AFP). Der Verkauf des Reisegeschäfts des Internetkonzerns Unister an einen tschechischen Investor ist offiziell abgeschlossen. Der Geschäftsbetrieb sei vollständig an die Beteiligungsgesellschaft Rockaway Capital übergeben worden, so Unister-Insolvenzverwalter Lucas Flöther. Die Portale wie ab-in-den-urlaub.de, fluege.de, reisen.de und billigfluege.de würden nun von der zu Rockaway gehörenden Invia-Gruppe geführt.

Zoll soll gegen Geldwäscher vorgehen

Köln (rtr). Der Zoll soll künftig Geldwäschern das Handwerk legen. Unter dem Dach der Behörde solle die Zentralstelle für Finanztransaktionsuntersuchungen neu ausgerichtet werden, kündigte Bundesfinanzminister Wolfgang Schäuble an. Dazu soll die bislang beim Bundeskriminalamt angesiedelte Stelle zum 1. Juli zum Zoll überführt werden und dort den Kampf gegen illegale Transaktionen intensivieren.

Storck pocht auf
Schadenersatz

Verhandlungsaufakt: Gericht vertagt sich im Prozess gegen Zuckerkartell

Hannover (dpa). Erst gab es Bußgelder wegen verbotener Kartellabsprachen, nun fordern Kunden Schadenersatz in Millionenhöhe. Aber zum Prozessauftakt in Hannover ging es um die Frage, ob das Landgericht Hannover überhaupt zuständig ist. Der Prozess wurde vertagt. Zum Verhandlungsaufakt sagte der Vorsitzende Richter, er gehe davon aus, dass im Falle des Zuckerherstellers Südzucker keine Zuständigkeit bestehe. Südzucker und Pfeifer & Langen (Diamantzucker) hatten eine Zuständigkeitsrüge ausgesprochen.

Hintergrund ist ein Kartell von Südzucker, Nordzucker und Pfeifer & Langen, für das das Bundeskartellamt 2014

Bußgelder von insgesamt 280 Millionen Euro verhängt hatte. Die drei Hersteller bestreiten, dass Kunden Schaden entstand. Dies sieht der Kläger, der Süßwarenproduzent Storck aus Halle, anders und fordert 85 Millionen Euro Schadenersatz. Storck geht davon aus, überhöhte Preise für Zuckerlieferungen bezahlt zu haben. In einem weiteren Prozess klagt der Konserven- und Feinkosthersteller Jütro, der den Schaden auf 650.000 Euro beziffert.

Der Storck-Anwalt beantragte die Klärung der Zuständigkeit am Oberlandesgericht in Celle. Den Beklagten wurde eine Frist von zwei Wochen für Stellungnahmen eingeräumt.

PERSÖNLICH



Ralf Dahmer (49) leitet seit 1. April die europaweit tätige JET-Gruppe (Hüllhorst). Er folgt damit auf Eric Pans, der das Unternehmen in den vergangenen zehn Monaten als Interim-CEO leitete. Dahmer hat mehrjährige Erfahrung im internationalen Vertrieb für den Bereich Gebäudetechnik und war in der Geschäftsführung mehrerer Firmen.



Marissa Mayer (41), bisherige Yahoo-Chefin, wird laut Medienbericht den Web-Pionier nach Abschluss der Übernahme durch den Telekom-Konzern Verizon verlassen. Die finanziellen Konditionen ihres Rückzugs würden noch ausgehandelt, berichtete das Blog „Recode“. Mayer stehe ein „goldener Fallschirm“ von bis zu 23 Millionen Dollar zu.

„Internet ist nicht alles“

Interview: Handelsexperte Elmar Fedderke spricht beim Handelsforum in Bielefeld und rät, sich nicht von Trendgurus und Marktforschern verrückt machen zu lassen

Herr Fedderke, Einzelhändler profitieren von verkaufsoffenen Sonntagen. In Paderborn hat sich Verdi mit einer Klage gegen den offenen Sonntag durchgesetzt. Welchen Schaden richten solche Kampagnen an?

ELMAR FEDDERKE: Ein verkaufsoffener Sonntag erfordert von den Einzelhändlern Planung, gerade mit solchen Tagen schaffen wir es, ein Klientel in die Geschäfte zu locken, das sonst vielleicht eher weniger kommt. Wichtig dabei ist es aber, dass der verkaufsoffene Sonntag wirklich etwas Besonderes ist und einen Eventcharakter hat. Man muss sich als Unternehmer früh genug Gedanken über den Tag machen und die Ankündigung von Verdi, so kurzfristig dagegen vorzugehen, kann dem Einzelhandel in diesem Zusammenhang nur schaden.

Sie halten regelmäßig Vorträge, in denen Sie Einzelhändlern Tipps für ihr Alltagsgeschäft geben. Wie sehen diese aus?

FEDDERKE: Wir leben in einer Handelswelt, in der quasi tagtäglich ein neuer Internet-trend ausgerufen wird und der stationäre Handel totgeredet wird, wenn er nicht ganz schnell seine Hausaufgaben macht. Wir müssen aber ein Stück weit kritisch sein, wenn wir uns zu sehr von tollen neuen Möglichkeiten blenden lassen und dabei unser Kerngeschäft, den stationären Handel, möglicherweise vernachlässigen. Daher zielen meine Tipps insbesondere in die Richtung, sein Kerngeschäft zu stärken. Natürlich ohne sich dabei dem Internet zu verweigern – das geht nicht.

Welche Digitalisierungsstrategien sind für Einzelhändler denn sinnvoll?

FEDDERKE: Jeder inhabergeführte Handel braucht seine eigene Digitalisierungsstrategie und die ist mitunter so individuell, wie das Geschäft selbst auch ist. Der Kontakt zum Kunden, ob per Facebook, Gästebuch oder Online-Shop wird umso erfolgreicher sein, je individueller er

ist. Zu beachten ist, dass alles, was man in der virtuellen Welt tun möchte, entweder Geld oder Zeit kosten muss. Wenn es das nicht tut, dann bitte lieber sein lassen, denn dann taugt es nichts, wird vom Kunden abgestraft und geht nach hinten los. Ein objektiver, unternehmerisch motivierter Zugang zu dem Thema ist notwendig, der sich nicht allzusehr von Trendgurus und Marktforschern verrückt machen lässt.

Vor allem jüngere Menschen kaufen sehr viel im Internet. Wie kann der Einzelhandel diese Zielgruppe wieder in die Läden locken?

FEDDERKE: Das ist selbstverständlich stark abhängig von den Sortimenten. Wir haben die gleiche Entwicklung festgestellt und unser Sortiment umgestellt. So haben wir unseren Sortimentsschwerpunkt Küchen weiter ausgebaut, weil wir hier feststellen, dass wir auch und gerade junge Familien erreichen, die im Schnitt 30-35 Jahre alt sind. Natürlich sind auch technische Implementierungen in das stationäre Geschäft geeignet, es wird aber sicher weniger um den 4.396ten Online-Shop in Deutschland gehen, als um interessante Lösungen, die geeignet sind, das Kaufverhalten der Kunden zu beeinflussen.

Unabhängig davon sind es aber günstige Preise, die viele Kunden motivieren, im Internet einzukaufen. Wie kann der Einzelhandel damit umgehen?

FEDDERKE: Es geht um die simple Gleichung: Produkt + Mensch = Preis. In dem Augenblick, wo der Mensch = 0 ist, ist Produkt = Preis und das ist das Internet immer besser. Also muss ein jeder für sich seine Verkaufsfähigkeit kritisch mit Blick auf diese Gleichung prüfen. Viele Unternehmer sehen das Vorhandensein ihrer Verkaufsmannschaft per se als Wettbewerbsvorteil und realisieren gar nicht, dass von denen mitunter eine echte Kaufverhinderungsstrategie verfolgt wird (lacht).



Kennt sich aus: Handelsexperte Elmar Fedderke rät zu Selbstbewusstsein gegenüber den Online-Händlern. FOTO: STEFAN KROECK

Warum verhindern Verkäufer ihrer Meinung nach Verkäufe?

FEDDERKE: Man muss beachten, dass für viele 100%-Online-Shopper der Verkäufer vor Ort eher ein Grund ist,

nicht mehr stationär zu kaufen. Das liegt auch daran, dass sich Mitarbeiter oft zu sehr an betrieblichen Belangen orientieren. Dann sind zum Beispiel alle damit beschäftigt,

Konsum wird in China immer wichtiger

Globale Märkte: Die rasanten Veränderungen im größten Markt der Erde stellen viele Geschäftsführer vor Probleme

Von Markus Reiferscheid

Bielefeld. Mittelständler mit Standorten in China spüren seit einigen Jahren große Veränderungen in dem Land. „Die chinesische Wirtschaft entfernt sich immer weiter von der Massenproduktion und konzentriert sich stattdessen auf die Qualität der Produkte“, sagte Simone Pohl, Geschäftsführerin der deutschen Handelskammer in Shanghai, bei einer Veranstaltung der IHK Ostwestfalen zu Bielefeld.

Auf die Frage, was das für Unternehmer aus Deutschland bedeute, antwortete Pohl, dass vor allem der Konsum in China eine immer wichtigere Rolle spiele. Bei rund 1,3 Milliarden Einwohnern ließen sich dort gute Absatzmärkte finden, es gebe immerhin schon fünfzehnhunderttausend deutsche Unternehmen in der Volksrepublik. Dennoch existierten auch Herausforderungen wie steigende Lohnkosten und eine immer stärker werdende lokale Konkurrenz.

Jürgen Kracht, der deutsche Unternehmen bei ihren Geschäften in China beraten hat, sieht zudem den zuneh-

menden Protektionismus und eine mangelnde Rechtssicherheit für deutsche Unternehmen als Nachteil. „Auch Kapitalverkehrskontrollen, die nicht nur lange dauern, sondern auch einen großen bürokratischen Aufwand für Unternehmer darstellen, machen Geschäfte in China schwierig“, so Kracht. Dennoch sei die Nachfrage nach technologischen Produkten in der Volksrepublik sehr hoch, wovon auch Mittelständler aus OWL profitieren würden. Zudem könne China auch ein Standort sein, von dem aus der

gesamte asiatische Raum bedient werden könne.

Eine Sache, die von den meisten Unternehmen meist unterschätzt werde, sei die Kommunikation mit der chinesischen Kundschaft. „Die Zeiten, in denen in Bielefeld entschieden wird, was in China verkauft wird, sind längst vorbei“, sagte Kracht. Auch die regionalen Mentalitätsunterschiede seien enorm und würden es zu einer Herausforderung machen, unterschiedliche Standorte in China als eine Einheit zu leiten.

In der Diskussion stellten die Unternehmer fest, dass Chinas Wirtschaft immer globaler werde. Auf die Frage, ob chinesische Investoren auch an Firmen in OWL interessiert seien, fiel die Antwort eindeutig aus. „Chinesische Anleger sind hauptsächlich an Aktiengesellschaften interessiert, von denen es in OWL aber nur sehr wenige gibt“, sagte Andreas Peter von der Peter-Lacke GmbH. Auch sonst würden Unternehmen in OWL familienorientiert geführt, es könnten also nur Unternehmen übernommen werden, die keinen Nachfolger finden.



China-Experte: Jürgen Kracht gibt Tipps. FOTO: MARKUS REIFERSCHIED

Handelsforum

Elmar Fedderke ist einer der Referenten beim 29. Handelsforum OWL, das am 26. April in der Stadthalle Bielefeld stattfindet. Zugesagt hat auch Eva Stüber vom Kölner Institut für Handelsforschung. Sprechern wird außerdem Michael Latz, Chef des ECE-Centers „Loom“ in Bielefeld. Ebenfalls einen regionalen Hintergrund hat Frank Henningfeld vom Gütersloher IT-Dienstleister Arvato Systems. Teilnehmer des Forums zahlen 219 Euro, Handelsverbands-Mitglieder und Förderkreispartner zahlen 149 Euro.

Waren zu bestellen oder aufzufüllen und der Kunde wird außer Acht gelassen. Der Einzelhandel braucht Konzepte, in denen die Aufmerksamkeit auf den Kunden nicht zu Lasten des Betriebsablaufs verloren geht.

Vor kurzem übernahm der Online-Großhändler Zalando den Sporthändler „Kickz“ und unterhält damit bald auch Stores in den Innenstädten. Werden Online-Großhändler den Einzelhandel auch dort unter Druck setzen?

FEDDERKE: Die Entwicklung von Online in Richtung Offline sehe ich als Chance für uns Stationäre, denn das können wir besser. Schon immer wollten Marktpartner sich in das Vor-Ort-Geschäft einmischen. Das klappt ganz gut in Flagship-Stores in guten Lagen großer Metropolen, wenn es eher um Marktpflege als um betriebswirtschaftliche Sinnhaftigkeit geht. Im Geschäft auf der Fläche braucht man aber Unternehmer vor Ort – noch! Und wir müssen dafür sorgen, dass das noch eine Weile so bleibt.

Das Interview führte Markus Reiferscheid

Hipp investiert
Millionen in Herford

Babynahrung: Der Standort wird in den nächsten anderthalb Jahren kräftig ausgebaut

Herford (sch). Die Hipp-Gruppe investiert einen zweistelligen Millionenbetrag in den Standort Herford. Im Dezember hatte der Konzern den Standort der MIG (Milchwirtschaftliche Industrie-Gesellschaft Herford) übernommen, nun sollen hier zwei neue Sprühtrocknungstürme entstehen. Die neuen Komplexe sollen zwei ältere Sprühtrocknungstürme ersetzen. Bis Ende 2019 sollen die neuen Sprühtrocknungstürme in den Betrieb gehen. Zugleich entsteht das Hipp-Milchkompetenzzentrum.

„Wir freuen uns über das Vertrauen in den Standort und die mittlerweile 500 Mitarbeiter, das die Hipp-Gruppe hier so eindrucksvoll demonstriert“, sagt Geschäftsführer Dirk Bernhard. Die Investition gehöre „zu den größten Unternehmungen seit über dreißig Jahren und ist ein wichtiger Schritt, die Zukunft des Standortes langfristig zu sichern“.

Mehr als 500 Mitarbeiter stellen am Herforder Standort

täglich rund 100.000 Kilogramm Babynahrung in Form von Milchpulver oder Flüssignahrung her.

Bereits seit 1950 wird in Herford Babynahrung produziert. Hipp war vor zehn Jahren mit 25 Prozent eingestiegen, zu dem Zweck war damals die Milchwirtschaftliche Industriegesellschaft (MIG) gegründet worden.

Unternehmen hat weltweit rund 3.000 Mitarbeiter

Weiterer Gesellschafter war das Deutsche Milchkontor, zu dem Humana seit 2011 gehörte. Vor der Übernahme hatte Humana laut Branchenkenntern in Herford bereits zu 75 Prozent für Hipp produziert.

Die Hipp-Gruppe hat einen weltweiten Umsatz von 850 Millionen Euro (2015) und beschäftigt über 3.000 Mitarbeiter.