

<http://www.derwesten.de/wirtschaft/karstadt-eigentuemer-benko-bietet-offenbar-fuer-kaufhof-id10689530.html>

Karstadt

Karstadt-Eigentümer Benko bietet offenbar für Kaufhof

20.05.2015 | 06:24 Uhr



Investor René Benko: Für einen Euro hat er Karstadt gekauft - jetzt will er laut einem Medienbericht den Konkurrenten Kaufhof übernehmen.

Foto:

Karstadt-Eigentümer René Benko will laut einem Medienbericht den Konkurrenten Kaufhof übernehmen. Es geht angeblich um einen Milliarden-Deal.

Seit der österreichische Investor René Benko Karstadt für einen symbolischen Euro übernommen hat, kursieren Gerüchte, er strebe die ganz große Lösung an: erst die Sanierung von Karstadt und dann die Übernahme des großen Konkurrenten Kaufhof. Nun hat Karstadt gerade erst die Schließung weiterer fünf Filialen verkündet und verlauten lassen, dabei bleibe es nun, schon macht das Thema Fusion erneut die Runde. Diesmal freilich konkreter denn je.

Laut Handelsblatt soll Benkos Firma Signa bereits ein schriftliches Angebot zur Kaufhof-Übernahme abgegeben haben, das im Aufsichtsrat der Kaufhof-Mutter Metro bereits diskutiert worden sei. Angeblich biete Benko rund 2,9 Milliarden Euro.

Kaufhof erwirtschaftet noch kleine Renditen

Unter Handelsexperten herrscht schon lange die Meinung vor, der eingebrochene Kaufhausmarkt in Deutschland vertrage nur noch eine große Kette. Während Kaufhof noch kleine Renditen erwirtschaftet, kämpft Karstadt seit Jahren ums Überleben. Ein Zusammenschluss würde die Einkaufsmacht stärken und böte große Einsparmöglichkeiten. Im Arbeitnehmerlager wird für diesen Fall allerdings die Schließung weiterer Warenhäuser und der Abbau vieler Arbeitsplätze befürchtet.

Karstadt-Chef Stephan Fanderl hat die Aufgabe, den Essener Konzern fit zu machen. Dabei kommt er voran. Nach dem jüngst verkündeten Aus für weitere fünf Filialen bestätigte Fanderl der „Welt“, dass „keine zweite Schließungsrunde geplant“ sei und „nach derzeitigem Stand“ auch kein weiterer Personalabbau. „Mit großem Interesse zur Kenntnis genommen“ hat die Gewerkschaft Verdi diese Aussage.

Karstadt-Chef will bis 2016 in die schwarzen Zahlen

„Dann spricht ja nichts mehr gegen eine Standort- und Beschäftigungssicherung“, sagte Verdi-Sprecherin Eva Völpel dieser Zeitung. Genau das fordert die Gewerkschaft in den laufenden Tarifverhandlungen mit Karstadt. Würden sich die Anzeichen für eine Fusion mit Kaufhof verdichten, entstünde allerdings eine völlig neue Situation. Fanderl spricht ausschließlich für Karstadt.

Der Vorstandschef will Karstadt bis 2016 zurück in die schwarzen Zahlen führen. Dabei setzt er auf ein breiteres und regionaleres Sortiment. Elektronik-Artikel könnten in die Karstadt-Häuser zurückkehren, Drogerieabteilungen und ein größeres Sportartikel-Sortiment, wie er der „Welt“ sagte.

Karstadt-Eigentümer Benko meint es offenbar ernst

Fanderls neues Konzept ähnelt damit sehr dem Plan, den schon die schwedische Hoffnungsträgerin Eva-Lotta Sjöstedt hegte, bis sie im vergangenen Sommer nach nur fünf Monaten als Karstadt-Chefin entnervt aufgab. Damals gehörte der Konzern noch dem smarten, aber als Sanierer erfolglosen Investor Nicolas Berggruen. Nun gehört Karstadt Benko, der – anders als seinerzeit Berggruen – kein Geld aus dem Unternehmen zieht, wie Fanderl sagte. Karstadt habe „im Gegenteil einen substanziellen Betrag des neuen Eigners“ für die Sanierung erhalten. Benko meint es offenbar ernst.

Fanderls Konzept ist eine Abkehr von der Strategie des früheren Chefs Andrew Jennings. Der Brite hatte etwa Elektronik- und Drogerieartikel aussortiert und in erster Linie auf den Textilverkauf mit neuen Marken gesetzt, die bei der Kundschaft aber offenbar weitgehend durchfielen.

Regionalisierung soll Karstadt helfen

Fanderl will für jeden einzelnen Standort das passende Sortiment finden. Diese Regionalisierung halten auch Handelsexperten wie Manfred Hunkemöller für den einzig gangbaren Weg. „Man kann nicht zentral einkaufen und das Sortiment für alle Geschäfte anordnen, sondern muss die örtlichen Märkte bedienen und Angebotslücken füllen“, sagt der Restrukturierungsexperte im Kölner Institut für Handelsforschung. Regionalisierung sei für Warenhäuser der Erfolgsfaktor Nummer eins.

Stefan Schulte