

WirtschaftsWoche

Top-Themen ▾

WiWo > Unternehmen > Handel > Lebensmitteleinzelhandel: Die Rückkehr des Tante-Emma-Ladens

ANZEIGE

LEBENSMITTELHANDEL

„Der Tante-Emma-Laden kommt zurück“

Interview von Christian Schlesiger
07. Oktober 2018



Tante-Emma-Laden in einem Museumshof in Ostfriesland.
Bild: imago images

Der Wirtschaftswochenbeleg: Timo Meunhardt über die Rolle

WiWo+

Gratis: Aktien-Ratgeber + 4 Wochen digital lesen

Die exklusive Analyse der besten Aktien der Welt
Inklusive unbegrenztem Zugang zu allen WiWo+ Inhalten.

Jetzt für 0€ testen

Herr Meynhardt, Zucker ist out. Viele Konsumenten wollen weniger Süßes. Ist der deutsche Lebensmittelhandel darauf vorbereitet?

ANZEIGE

Ja, das ist er. Es gibt zahlreiche Initiativen im Lebensmitteleinzelhandel, die die veränderten Konsumgewohnheiten der Menschen aufgreifen. Unternehmen bieten Produkte mit weniger Zucker an und lassen die Konsumenten sogar darüber abstimmen, ob und welche zuckerreduzierten Angebote sie bevorzugen. Die Supermarktkette Rewe hat ihre Kunden zum Beispiel aus vier verschiedenen Schokopuddings auswählen lassen. Nun gibt es einen Schokopudding mit 30 Prozent weniger Zucker, weil das die Kunden haben wollten. Rewe hat hier neue Maßstäbe gesetzt.

Und was sind die Motive dahinter?

Die Unternehmen im Lebensmittelhandel haben erkannt, dass sie eine Mitverantwortung für die Gesellschaft tragen. Und dass sie ihren Kunden eine Hilfestellung anbieten können, die Qualität der Lebensmittel besser zu erkennen und dann auch die entsprechenden Produkte anbieten. Insofern ergibt die veränderte Strategie des Lebensmitteleinzelhandels auch betriebswirtschaftlich Sinn. Die entsprechenden Aktivitäten werden nicht nur von Experten gesehen, sondern auch in der allgemeinen Bevölkerung wahrgenommen. Der Lebensmittelhandel erfährt insgesamt Anerkennung als verantwortungsbewusster Mitgestalter von Lebensstilen. Dies ist ein wesentliches Ergebnis unserer aktuellen Gemeinwohlstudie.

Konsumenten sind mündige Bürger. Warum muss der Einzelhandel gesundes Essen zum Thema machen?

Weil sich viele Menschen danach sehnen. Die Primärverantwortung für die Qualität des Essens haben der Erzeuger und Hersteller. Sie entscheiden, ob sie ihre Produkte zum Beispiel biologisch oder konventionell anbauen und herstellen. Aber der Handel bietet die Verkaufsflächen. Hier entscheidet sich, was die Kunden dann am Ende wirklich kaufen. Gerade die großen Handelsketten haben erkannt, dass sich viele Menschen eine nachhaltige und verantwortungsbewusste Landwirtschaft und gesünderes Essen wünschen. Deshalb probieren Unternehmen vor allem mit ihren Eigenmarken Neues aus. So hat etwa der Discounter Lidl als erstes Unternehmen mithilfe eines Haltungskompasses darüber informiert, wie die Tiere gehalten wurden, bevor sie zu Fleischwaren verarbeitet wurden.

Zur Person

Timo Meynhardt



Gratis: Aktien-Ratgeber + 4 Wochen digital lesen

Die exklusive Analyse der besten Aktien der Welt
Inklusive unbegrenztem Zugang zu allen WiWo+ Inhalten.

Jetzt für 0€ testen



Politik?

Die Entscheidung, ob die Bundesregierung eine Nährwertampel einführt, steht ja noch bevor. In den Koalitionsvertrag hat dieser Punkt zumindest Eingang gefunden. Aber ja, bei anderen Themen, wie beispielsweise Pestizidrückständen ist beobachten, dass sich die Branche engere Fesseln anlegt als die Politik. Die Branche geht damit also teilweise über das Gesetz hinaus. Das hat sicher auch damit zu tun, dass Lebensmittel in der Öffentlichkeit immer wieder eine Rolle spielen. Skandale kosten schnell Umsatz.

ANZEIGE

Das passiert auch in anderen Branchen. Der Absatz von Autos mit Dieseltechnologie ist nach den Abgasskandalen der vergangenen Jahre zurückgegangen...

Aber der Handel ist innovativer, weil er noch näher am Menschen dran ist. Beim Essen hört für viele Menschen der Spaß auf. Wer hier betrügt, ist schnell weg vom Fenster. Das gilt dann ganz schnell auch für den Handel. Jeder Skandal kann katastrophale Folgen haben. Deshalb ist der Handel beim Thema Verantwortung für die Gesellschaft ganz weit vorn. Themen wie Fett, Zucker und Mindesthaltbarkeitsdaten sind sensible Themen. Da darf nichts schief gehen.

Deutsche geben weniger Geld fürs Essen aus als andere Länder. Wie kann gut und billig funktionieren?

Tatsächlich geben die Deutschen circa 13 Prozent ihres verfügbaren Einkommens für Essen aus. Das ist zwar weniger als in vielen anderen EU-Ländern, man muss aber auch berücksichtigen, dass die Einkommen bei uns zu den höchsten in Europa zählen. Die Verbraucherpreise bei Lebensmitteln sind in der Tat geringer als bei vielen unserer Nachbarn. Das hat auch damit zu tun, dass der Wettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel brutal ist. Die Margen sind extrem niedrig. Die Unternehmen suchen daher nach Auswegen. Der Handel versteht sich inzwischen als Kulturträger, der eine Verantwortung für die Menschen hat. Das ist natürlich auch kapitalistisch getrieben, weil sich so höhere Margen erzielen lassen. Der Handel geht damit jedenfalls ganz neue Wege und ist viel innovativer und nachhaltiger unterwegs als andere Branchen.

WiWo+



Gratis: **Aktien-Ratgeber + 4 Wochen digital lesen**

Die exklusive Analyse der besten Aktien der Welt
Inklusive unbegrenztem Zugang zu allen WiWo+ Inhalten.

Jetzt für 0€ testen

X



DIE NETTO-NULL-HERAUSFORDERUNG

Wie wir eine kohlenstoffarme Welt erreichen

Wir sind die erste Generation, die den Klimawandel bekämpfen. Die gute Nachricht: Es gibt bereits Technologien, um diese Herausforderung bewältigen - auch im Bereich Energie.

Kann das funktionieren?

Aus meiner Sicht ja. Es gibt einen gesellschaftlichen Megatrend: Sag mir, was du isst, und ich sage dir, was du bist. Das neue Bewusstsein für gesünderes Essen wird den Lebensmitteleinzelhandel umkrempeln. Denn gleichzeitig gibt es bei den Konsumenten auch eine übersteigerte Beschäftigung mit dem eigenen Essen. Der Handel wird damit zum Lebensmittelberater. Das ist eine Chance für die Unternehmen.

Darf's ein bisschen weniger sein?

Weiter >

1 / 13 Lidl

Im Januar 2017 hat sich Lidl dazu verpflichtet, Zucker und Salz in seinen Eigenmarkenprodukten bis 2025 um 20 Prozent zu reduzieren. Dabei sieht sich die Handelskette auf einem „sehr guten Weg“, teilt eine Sprecherin mit. So wurde bereits in Frühstückscerealien der Zuckeranteil gesenkt. „Im Bereich der Molkereiprodukte überarbeiten wir derzeit jeden Joghurt“, so die Lidl-Sprecherin. Weitere zuckerreduzierte Produkte sollen in den kommenden Wochen in den Filialen erhältlich sein: „So reduzieren wir aktuell in einigen Erfrischungsgetränken wie Cola oder Eistee im ersten Schritt den Zuckeranteil um 5 bis 8 Prozent. Zudem überarbeiten wir den Zuckeranteil von 20 Artikeln im Bereich 'Süßgebäck' sowie im Bereich 'Backwaren' etwa die gefüllten Croissants und acht weitere Artikel.“

Bild: dpa

Immer mehr Menschen kaufen ihre Lebensmittel im Internet, etwa bei Amazon Fresh und Bringmeister von Edeka. Wie sollen die Händler da noch beraten?

Die Bestellung von Lebensmitteln im Netz ist nur ein Trend. Es gibt auch einen anderen: die Wiederentdeckung des Tante-Emma-Ladens. Einige Lebensmittelhändler gehen wieder näher an den Bürger heran. Es gibt kleinteiligere Strukturen, zum Beispiel mit Rewe to go. Bald wird es auch mehr Konzepte geben, in denen die Kunden online bestellen und die Waren in der Filiale abholen. Der Lebensmittelhandel differenziert sich.

Demnach wird das Prozent der Handelsleistung, die über Onlinekanäle erzielt wird, in den nächsten Jahren stark ansteigen.

WiWo+

**Gratis: Aktien-Ratgeber + 4 Wochen digital lesen**

Die exklusive Analyse der besten Aktien der Welt
Inklusive unbegrenztem Zugang zu allen WiWo+ Inhalten.

Jetzt für 0€ testen

Und was verändert sich noch?



Die Ladenkonzepte werden sich verändern. Es wird zum Beispiel mehr live gekocht werden. Der Kunde soll auf eine Erlebnisreise mitgenommen werden. Wichtig scheint mir bei allen Einzeltrends auch der Blick auf das größere Ganze zu sein: Der Lebensmittelhandel ist eben nicht nur verantwortungsbewusster Mitgestalter von Lebensstilen, sondern gleichzeitig auch zeitgemäßer Versorger und nicht zuletzt unternehmerischer Mitgestalter des Gemeinwesens. Das alles ist immer mitzudenken, sonst versteht man die Zusammenhänge nicht.



REWE STARTET E-FOOD-OFFENSIVE

Eine Effizienzmaschine namens Scarlet

von Henryk Hielscher



Christian Schlesiger

Ressortleiter Unternehmen

tt GmbH – Alle Rechte vorbehalten