

Der Druck der Konzerne

Immer größeres Angebot, immer niedrigere Preise: So arbeiten die großen Konzerne. Wie kann der lokale Handel sich dagegen wehren?



Foto: Pixabay

Kleine Läden: Den Angriffen der großen Ketten ausgeliefert.

Die internationalen Handelsketten verdrängen immer mehr die Traditionsgeschäfte. Ganze 400 Betriebe mussten in den vergangenen Jahren allein in Bozen schließen. Arnold Biasion, Geschäftsführer des Bozner Kommunikationsunternehmens Transkom und Ideator der Regionalinitiative Bewusst Südtirol, kennt die Problematik nur zu gut: „Die großen Konzerne mischen sich seit Jahren immer aggressiver in die regionalen Märkte ein.“

Im Rahmen der Globalisierung wurde die Produktvielfalt immer größer, zugleich sind die Preise aber immer weiter gesunken. Die Textilindustrie hat heute etwa 300 Prozent mehr Produkte auf dem Markt als vor 20 Jahren. Das ist laut Biasion einer der Gründe, warum sich das Konsumverhalten gravierend verändert hat: „Die Menschen haben mit diesem Trend ganz klar den Bezug zu Klei-

dung, Lebensmitteln, Möbeln und vielen weiteren Konsumgütern verloren. Viele Produkte sind für die Konsumenten anonym geworden. Sie wissen weder, wo sie genau hergestellt werden, noch wer sie herstellt.“ Mit diesem Trend sei auch die Qualität in den Hintergrund gerückt.

Früher gab es vorwiegend kleine Geschäfte in den Dorf- oder Stadtzentren, die lokale Erzeugnisse anboten. Heute kann sich das kaum jemand mehr vorstellen, schließlich kann man im Supermarkt frei zwischen Produkten aus aller Welt wählen. Zwar haben sich die Südtiroler Unternehmen der Globalisierung angepasst und haben expandiert, mit internationalen Konzernen sind sie aber nicht vergleichbar.

„Der weltgrößte Nahrungsmittelkonzern Nestle ist beispielsweise 300-mal größer als der Südtiroler Süßwarenhersteller Loacker, der hierzulande zu den Großen

gehört“, erklärt Biasion. Für viele internationale Unternehmen ist der Standort Südtirol allerdings nur ein Imagefaktor. Es sind also nicht die großen Umsätze, die internationale Handelsketten nach Südtirol locken, weiß Biasion. Vielmehr werden Filialen von internationalen Unternehmen hierzulande eröffnet, da Südtirol als Urlaubsziel sehr beliebt ist und es rein um die Präsenz geht.

Eine weitere Folge der Globalisierung ist das veränderte Kaufverhalten. „Vor etwa 30 Jahren haben die Menschen noch rationaler und bewusster eingekauft, heutzutage werden wir oft von der Werbung so stark beeinflusst, dass ein Kaufzwang entsteht“, unterstreicht Biasion. „Werbung ist extrem effizient geworden und suggeriert uns, was wir alles brauchen.“

Moderne und aktuelle neurowissenschaftliche Erkenntnisse sind ein wich-

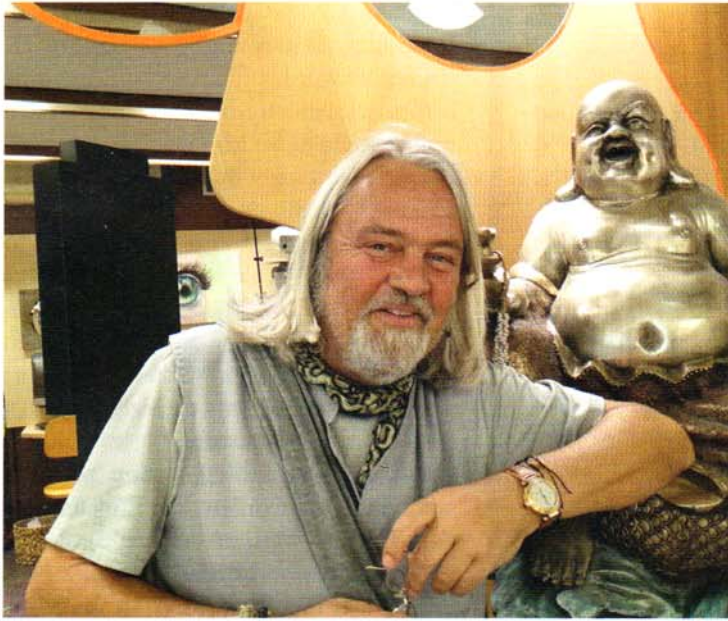


Foto: Privat

„Vor 10 bis 15 Jahren hat man das erste Mal gemerkt, dass die Bozner Lauben beginnen, sich zu verändern. Schon damals mussten einzelne kleine Geschäfte schließen. Der Trend der Einkaufszentren und der großen Ketten wirkt sich glücklicherweise nicht auf unser Geschäft aus. Kunden kommen zu uns, da sie die individuelle Beratung und die Freundlichkeit schätzen. Und die Personen, die nach Schnäppchen im Internet suchen, kommen erst gar nicht. Es ist aber sehr schade, dass Familienbetriebe unter den Bozner Lauben immer seltener werden. Ich persönlich kaufe wenn möglich in kleinen Geschäften ein. Dort kenne ich die Verkäufer, weiß, woher die Produkte kommen, und bin mir sicher, dass sie qualitativ hochwertig sind. Außerdem schätze ich die persönliche Beratung und den Service sehr.“

*Karl Mayer Wildner
Optik Wassermann, über 120 Jahre
in Bozen und Meran*

„Wir sind heute eines der wenigen Traditionsgeschäfte unter den Bozner Lauben. Dabei liegt die Herausforderung nicht nur darin, mit den Großen mitzuhalten, sondern auch die neuesten Produkte anbieten zu können. Und dabei spielt für uns natürlich die Qualität eine große Rolle. Seit einigen Jahren bieten wir Artikel auch online an, da es der Trend verlangt. Die meisten bevorzugen es jedoch, in das Geschäft zu kommen und sich dort von uns beraten zu lassen. Die individuelle Beratung ist ein wichtiger Pluspunkt, mit denen wir uns von den großen Handelsketten unterscheiden. Ich persönlich kaufe, sofern es geht, immer in kleinen Geschäften ein, da es dort noch eine Beratung gibt.“

*Philipp Daum
Fachgeschäft Kompatscher, seit 160 Jahren in Bozen*



Foto: Privat

Südtiroler Gartenlust

Markttage für Freunde der Gartenkultur

6. Oktober und 7. Oktober 2018

Öffnungszeiten

Samstag 9.00 - 18.00 Uhr

Eintritt: € 6,00

Sonntag 9.00 - 18.00 Uhr

Der Gartenevent zur schönsten Herbstzeit!

Wir laden Sie zu einem bunten Fest mit einem großen Angebot von Pflanzen- und Samenraritäten, Blumenzwiebeln, Gartenantiquitäten, Fachliteratur und Gartenkunst ein. 80 Aussteller aus 3 Nationen präsentieren ein hochwertiges Sortiment für Gartenliebhaber. Weiters erwartet Sie ein musikalisch und künstlerisch anregendes Rahmenprogramm, Fach-Vorträge sowie kulinarische Köstlichkeiten von *hannah&elia*.

Veranstaltungsort:

galanthus® - Gärtnerei im Konvent Erzerzog-Eugen-Straße 3 I-39011 Lana



Ein detailliertes Programm finden Sie unter www.galanthus.it



Foto: Privat

„Wir sind ein spezialisiertes Geschäft. Zu uns kommen die Kunden, die eine persönliche Beratung möchten und benötigen. Ohne fachliche Kenntnisse kann man zwar Produkte verkaufen, aber nicht richtig empfehlen. Sicherlich kommen manche und sagen, dass sie einen Artikel billiger im Internet gefunden haben. Aber ich bin mir sicher, dass eine kurze Beschreibung bei Weitem nicht ausreicht. Die Problematik der letzten Jahre haben wir auch miterlebt. Es gibt ja kaum mehr kleine Geschäfte in Bozen, was bei den ungeheuer hohen Mieten kein Wunder ist. Die meisten großen Ketten haben zudem am Sonntag geöffnet. Wir finden, dass das nicht unbedingt sein muss, schließlich soll man ja auch leben und nicht nur arbeiten.“

*Thomas und Giovanni Lorenzi,
Messer und Stahlwaren N. Lorenzi, seit
1949 in Bozen*

zugehen. „Die Geschäfte müssen ihre Produkte nicht zwangsweise online verkaufen, es würde oft ausreichen, wenn sie Informationen zu besonderen Artikeln online stellten. So können sich Internetnutzer leichter ein Bild vom Betrieb verschaffen“, rät Biasion.

Einkaufszentren tragen ebenso ihren Teil zum Rückgang der Traditionsgeschäfte bei. Das Phänomen ist in Südtirol noch nicht ganz so präsent wie in Deutschland oder in Österreich. Dort sind manche Ortszentren regelrecht ausgestorben. „Einkaufszentren, wo sich Geschäft an Geschäft reiht, sind zu Konsumtempeln geworden. Der Einkauf wird zum Erlebnis stilisiert“, erklärt Biasion.

Menschen verbringen dort ihre Freizeit, gehen mit ihren Kindern ins Kino, treffen sich zum Essen. Sie suggerieren ein schönes Erlebnis. Das hat vor allem für die kleinen Geschäfte in der Peripherie negative Folgen.

In Südtirol haben vor allem die Geschäfte außerhalb der Ortszentren große Schwierigkeiten. „Während in der Peripherie immer mehr Betriebe schließen müssen, rettet in den Ortszentren oft allein der Tourismus die kleinen Familienbetriebe und Traditionsgeschäfte. Wir als Konsumenten sind daher alle aufgefordert zu verstehen, welche wichtige Bedeutung die Regionalität hat. Wir müssen unser Kauf- und Konsumverhalten grundlegend hinterfragen und ändern“, unterstreicht Biasion. ■

Sabine Kerschbaumer

tiger Aspekt in der aufwendigen Kommunikationsstrategie von Konzernen. Dieser Umstand wird mittlerweile von namhaften Soziologen und Wirtschaftsexperten vehement kritisiert.

Auch hat das Internet in den vergangenen Jahren eine immer wichtigere Rolle beim Verkauf von Produkten eingenommen. „Vor allem das Onlineshopping ist in den vergangenen Jahren im-

mer beliebter geworden“, weiß Biasion. „Heute bevorzugen es viele, von zu Hause aus mit ein paar Klicks einzukaufen. Selbst den wöchentlichen Einkauf kann man in manchen Ländern bereits per Internet erledigen.“ Das sei eine Entwicklung, der man nicht so einfach entgegenwirken kann.

Aus diesem Grund raten Experten lokalen Betrieben, mit dem Trend mit-



Spezialangebot für Einheimische

Gültig bis 09.12.2018

2 Nächte im DZ

ab € 210 pro Person inkl. theiner's
Verwöhnepension und Late check out
am Abreisetag (sofern möglich)

 **theiner's garten**
DAS BIOREFUGIUM ★★★ SUPERIOR

Biologisch, nachhaltig und am besten: BIO-REGIONAL!

So das Leitmotiv im Bioregium theiner's garten, das wie kein anderes luxuriöses Wellnessurlaub mit 100% Biogenuss in jedem Bereich vereint.