

# Wandelbarer Handel

Josef Anreiter, Vorstand der Gerngross Kaufhaus AG, über das Warenhaus der Zukunft, die neuesten Gerüchte rund um den Gerngross und warum eine Trennung vom Kerngeschäft nicht der Weltuntergang wäre.

Interview | Harald Hornacek (h.hornacek@manstein.at)

**CASH: Die Gerngross Kaufhaus AG steht permanent im Zentrum medialer Berichterstattung. Jüngster Anlass war der Konkurs von Coming Home, der den Erfolg des neuen Steffl erneut in Frage stellte. Haben sich die Gerngross-Eigentümer verspekuliert?**

**Anreiter:** Wir haben mit einem enormen Schuldenberg begonnen und erwirtschaften heute ein positives EGT. Wir liegen im Plan. Es ist klar, dass große Veränderungen Zeit brauchen. Wir streben einen hohen Qualitätsstandard an und haben heute acht Standorte in der Gruppe, die alle erhalten bleiben. In Linz bauen wir bis Herbst um und haben daher seit Jänner geschlossen. Auch dort zeigen wir, welche Konzepte wir konkret verfolgen: Wir verdoppeln die Verkaufsfläche und holen Publikumsmagneten wie Spar und Saturn an Bord. Durch einen interessanten Sortimentsmix bieten wir ein hochwertiges innerstädtisches EKZ. Das funktioniert: Wir erzielen in Wien-Mariahilf heute einen Gesamtumsatz von mehr als 1,5 Milliarden Schilling, haben auf reduzierten Eigenfläche die Eigenumsätze gehalten und die Flächenproduktivität verdoppelt.

**CASH: Der Lead-Standort, der „G7“ in Wien, soll erneut umgebaut werden.**

**Anreiter:** Es ist richtig, dass Saturn künftig den größten Teil des 5. Obergeschoß für sich beanspruchen wird. Seit einigen Monaten ist ja das Kaufhaus aus jedem Stockwerk mit der Garage verbunden. Für die Kunden bedeutet das mehr Komfort beim Einkaufen.

**CASH: Wie groß ist der Anteil der „Auto-Kunden“? Als innerstädtisches EKZ verfügt Mariahilf ja über eine hervorragende öffentliche Infrastruktur.**

**Anreiter:** Rund ein Viertel der Kunden kommt mit dem Auto. Außerdem haben



**Gerngross-Vorstand Josef Anreiter: „Wir können die Nachfrage nach Flächen gar nicht decken.“**

wir mit Merkur einen sehr gut besuchten Verbrauchermarkt im Haus, hier ist der Anteil der Auto-Kunden größer. Wir haben rund 1,5 Millionen Besucher jährlich, wir sind der Magnet der Mariahilfer Straße.

**CASH: Denken Sie, dass Ihr Konzept auch künftig Bestand hat? Die Handelslandschaft ist massiv im Umbruch, neue Kooperationen und Serviceleistungen machen Ihnen doch das Leben schwer?**

**Anreiter:** 30 Prozent der heutigen Handelsunternehmen werden 2005 nicht mehr bestehen. Und 50-70 Prozent werden es bis zum Jahr 2010 nicht schaffen. Handel ist Wandel. Wer hätte gedacht, dass es in Wien einmal keinen Michelfeit mehr geben könnte? (wurde im Vorjahr von Kika-Leiner übernommen, Anm. d. Red.).

**CASH: Keine glorreichen Aussichten?**

**Anreiter:** Im Gegenteil! Der Konsument will seine Handelskonzepte selbst aussuchen. Die Konzepte werden auch kurzfristiger werden. Frequenz und Ertrag bleiben aber im Mittelpunkt. Und offenbar haben wir einen enormen Standortvorteil: Ein In-

teressent wollte gleich den halben Standort Wien-Mariahilf mieten! Wir versuchen, unsere Kunden an das Haus zu binden – mit einem guten Sortimentsmix, guten Parkmöglichkeiten, Kundenbindungsprogrammen mit Direct Mails und einer laufenden Ergebnis- und Erlebnisprüfung.

**CASH: Ärgern Sie sich darüber, dass es kein Kinocenter an diesem Standort gibt? Oder sind Sie froh, diesen Zug verpasst zu haben?**

**Anreiter:** Natürlich könnte das attraktiv sein, doch derzeit sind einige Center, so höre ich, ja von den Erwartungen entfernt. Dann darf man nicht vergessen, dass durch die Digitaltechnik, die bald Usus sein wird, auch das modernste Analog-Center überholt wird. Nein, das ist kein Thema für uns an unserem Hauptstandort.

**CASH: Der Steffl soll ja massive Probleme haben!**

**Anreiter:** Der Steffl entwickelt sich kontinuierlich. Wir fahren ein standortadäquates Konzept. Das braucht eben alles seine Zeit. Auch die Galeries Lafayette in Deutschland haben noch Probleme.

**CASH: Kommt Ihnen die Krise im Haas-Haus (City-EKZ gegenüber des Wiener Stephansdoms, Anm.) zupass?**

**Anreiter:** Mir wäre es lieber, das Haas-Haus würde gut funktionieren. Dann würde die Kärntner Straße generell belebt.

**CASH: Rechnen Sie mit neuen Kunden durch die viel zitierte Revitalisierung der Stadtkerne?**

**Anreiter:** Die Mariahilfer Straße ist ja wieder on top, und problematische Straßenzüge werden immer solche bleiben. B-Lagen kann man vergessen. Und die Stadtkernrevitalisierung ist in Wien bereits sehr weit fortgeschritten.

**CASH: Wie stehen Sie zu den viel diskutierten Erlebnis-Einkaufswelten?**

**Anreiter:** Der österreichische Konsument ist doch recht konservativ. Wir wollen es langfristig schaffen, uns in tollen Lagen mit Zusatzleistungen – etwa Bürocentern – zu etablieren. Konzepte aus den USA, die auf pures Entertainment setzen, sind bei uns nicht 1:1 umsetzbar. Schon deshalb, weil diese Erlebniswelten viel größere Einzugsgebiete haben, als das bei uns der Fall ist.

**CASH: Stichwort Verkauf übers Internet? Anreiter:** Für uns kein Thema.

**CASH: Uns liegen Informationen vor, wonach sich die Gerngross AG ab Mitte 2001 von den Handelsaktivitäten trennen wolle. Die Mitarbeiter würden ihren Job verlieren, man suche bereits nach einem Manager, der diese Auflösung vorantreibt. Gerngross wolle sich nur mehr um das Immobilienmanagement kümmern. Was ist da dran?**

**Anreiter:** Zu Gerüchten geben wir keine Kommentare ab. Wie gesagt, Handel ist Wandel. Wir wollen in unseren Kaufhäu-

sern den Kunden aus allen Bereichen das kompetenteste Angebot präsentieren. In der Mariahilfer Straße haben wir daher den Großteil der Fläche an Partner wie Saturn, Sports Experts oder Merkur vermietet. Daher konnten wir die Standortattraktivität erhöhen, die Umsätze nahezu verfünffachen und die Zahl der Kaufhaus-Beschäftigten verdreifachen. Wir haben das Unternehmen auf eine wirtschaftlich gesunde Basis gestellt. Beispiel Linz: Wir können die Nachfrage

nach Flächen derzeit gar nicht decken. Auch für Innsbruck gibt es bereits zahlreiche Mietinteressenten, obwohl die Immobilie noch gar nicht entwickelt worden ist.

**CASH: Kommt die spanische Modekette Zara in den Steffl?**

**Anreiter:** Wir haben viele Bewerber. Nicht nur als Mieter – auch in vermehrtem Maße als Mitarbeiter, die bei uns dabei sein wollen. Gerngross ist eben immer in Bewegung.



**Innenstadt-Tempel Steffl: mit Spanier Zara in intensiven Verhandlungen, aber auch andere Ketten sind interessiert.**

## Auf Kurs

Allen (medialen) Unkenrufen zum Trotz: Das Schiff Gerngross scheint auf Kurs zu segeln. Für 1999 geht Vorstand Josef Anreiter von einem Umsatz von 4,6 Milliarden Schilling (inklusive Einmieter!) aus, der neue Standort Linz sollte den Gesamtumsatz auf 5,5 bis 5,6 Milliarden Schilling pushen. Noch im Herbst soll Linz „ans Netz gehen“ – mit heftiger Beteiligung von Spar und Saturn.

**Wiesbauer** DER BESTE GESCHMACK



## Partygriller

in 3 Sorten

Mit Pfefferoni, mit Ketchup,  
mit Käse  
Vakuumverpackt

**NEU:**  
Nur bei Wiesbauer!  
Einlage läuft beim  
Grillen nicht aus.

### Rechtzeitig zum Grillen

Essfertige Grillwürstel im Naturdarm, leicht geräuchert, mit drei schmackhaften Gewürzmischungen ergeben optimales Grillvergnügen. Speziell ent-

wickelt zum Grillen auf Holzkohlen-, Gas- oder Elektrogriller. **Produktgröße: 5 Würstel vakuumverpackt, 400 g**

Aus Österreich

Wiesbauer Österreichische Wurstspezialitäten GmbH, A-1230 Wien, Laxenburger Strasse 256, Tel (+43-1) 614 15-0, Fax (+43-1) 615-6211

Wiesbauer Zentralvertriebsbüro Deutschland, D-86453 Dasing, Wiesenstraße 24, Telefon (+49-8205) 1044, Fax (+49-8205) 6253

Internet: www.wiesbauer.at • e-mail: info@wiesbauer.at