

**S**par-Vorstandsvorsitzender Gerhard Drexel im medianet-Interview über die Leidenschaft, allen politischen Einflussnahmen zum Trotz ein Händler zu sein. Und die insbesondere 2018 erfreuliche Bilanz, die aus dieser Leidenschaft hervorgeht ...

**medianet:** *Wie war es im Jahr 2018 um die Spar-Wachstumsführerschaft bestellt?*

**Gerhard Drexel:** In Österreich sind wir mit einem Wachstum von plus vier Prozent nun schon das neunte Mal in Folge Wachstumsführer im Bereich der Vollsortimenter geworden. Was mich besonders freut, ist, dass wir die Wachstumsführerschaft diesmal auch unter Miteinbeziehung der Diskonter behaupten konnten – übrigens zum mittlerweile siebten Mal innerhalb der letzten neun Jahre. Beachtenswert ist auch, dass der Lebensmittelhandel 2018 um lediglich 1,6 Prozent gewachsen ist. Das heißt, Spar wächst zweieinhalb Mal stärker als die Branche. Oder, anders formuliert: Ohne Spar ist die Branche 2018 nur um circa 0,7 Prozent gewachsen.

**medianet:** *Worauf führen Sie dieses Outperforming zurück?*

**Drexel:** Ein Wachstum, das in seiner Höhe so gar nicht typisch für die Branche ist, ist nur möglich, wenn man sich seine *eigene* Firmenkonzunktur schafft. Wir haben uns bei Spar nie auf volkswirtschaftliche Strömungen und Prognosen verlassen. Unsere Aufgabe ist es, für das eigene Unternehmen die besten Voraussetzungen zu schaffen, damit selbst dann, wenn einem Konjunktur und Politik nicht den Rücken stärken, Wachstum möglich ist.

**medianet:** *Inwieweit stimmt Sie die aktuelle Bilanz positiv für 2019? Zählen Sie die Jahre, bis Sie den Wettbewerb im Marktanteil eingeholt haben?*

**Drexel:** Nein, ich nehme hier als Vergleich lieber die Taxibranche: Jedes Jahr wird am 1. Jänner unser Taxometer wieder auf Null gestellt. Was konkret die Situation im Lebensmittelhan-



© Spar/Werner Krug

**Gut aufgestellt**

Die Spar Österreich-Gruppe betreibt im In- und Ausland 3.174 Standorte, 2.920 davon im Lebensmittelhandel und 225 im Sportfachhandel. Hinzu kommen 29 Shopping-Center. Im Bild: Eurospar in Klagenfurt.

del betrifft, so gehe ich davon aus, dass sich der Wettbewerb entsprechend aufstellen wird – zumal es nicht so ist, dass wir jetzt für die anderen unbemerkt gewachsen sind.

**medianet:** *Wie könnte nun die unmittelbare Reaktion aussehen bzw. was erwarten Sie zum Thema Preiskampf? Zuletzt schien es mir doch so, als würden Ihre Mitbewerber eine Entspannung im Preiskampf herbeisehnen.*

**Drexel:** Also ich nehme deutliche Unterschiede zwischen Rhetorik und angewandter Praxis wahr. Ich erwarte, dass die Instrumente der Preispolitik in 2019 weiter zugespitzt werden. Das Umfeld wird preisaggressiver, und das Drehen an der Preisschraube wird zulasten der Rendite gehen.

**medianet:** *Rendite ist ein gutes Stichwort: Wie sieht es damit bei Spar aus?*

**Drexel:** In 2017 lag der Gewinn vor Steuern (EBT) für die Spar



**Wachstumssieg**

Nichts erfreut einen Sparianer mehr, als die Wachstumsführerschaft. Mit diesmal vier Prozent wächst der Händler deutlich stärker als der österreichische LEH, der nur ein Plus von 1,6% aufweist.

Holding bei 302 Millionen Euro, das sind 3,0% vom Netto-Umsatz. Zum Vergleich: Die Branche bewegt sich normalerweise zwischen einem und drei Prozent. Für 2018 darf ich Ihnen, obwohl der Jahresabschluss noch nicht abschließend vorliegt, eine Indikation geben: Wir werden einen neuen EBT-Rekord erzielen, und zwar in der Größenordnung von 325 Mio. Euro; das entspricht 3,1% vom Netto-Umsatz.

**medianet:** *Was erneut die Frage nach den Erfolgsfaktoren aufwirft. Sehen Sie einen Mentalitätsunterschied zwischen Spar und dem übrigen LEH?*

**Drexel:** Wir lassen uns nicht aufsaugen und verzehren von den Strömungen, die in Gesellschaft, Politik und Management bestimmend sind und die sich dann gegebenenfalls in einer ausufernden Bürokratie oder in lähmendem Formalismus manifestieren. Wir sind Händler aus Leidenschaft! Und als Händler brennen wir für diesen ‚Spirit of Retail‘, für diesen legendären ‚Spirit of Spar‘. Das zeichnet uns aus und das macht uns aus.

**medianet:** *Konkretisieren wir die Leidenschaft des Händlers in Marktanteilen.*

**Drexel:** Wir konnten 2018 unseren Marktanteil von 31,2% auf 31,9% erhöhen und damit um 0,7 Prozentpunkte steigern. Damit sind wir im Jahr 2018 die einzigen mit einem Marktanteils-wachstum.

**medianet:** *Wie hoch waren in dem Kontext die Investitionen in die Verkaufsfront – und was hat Spar für 2019 geplant?*

**Drexel:** Gerade die Erneuerung unserer Verkaufsfront ist eine weitere wesentliche Erfolgsursache, neben Stabilität und Kontinuität im Management. Wir investieren in die Verkaufsfront, 2018 waren das 660 Millionen Euro, für das heurige Jahr sind rund 700 Millionen Euro geplant.

**medianet:** *Besagte Stabilität bezieht sich nicht zuletzt auf die Zusammensetzung des Vorstands?*

**Drexel:** Unser Vorstand besteht seit 2003 aus denselben Perso-

**Spar Österreich Gruppe-Umsätze**

Unternehmen	2017	2018	Wachstum
Spar Österreich-Konzern (ohne Hervis)	5,9	6,13	+4%
Spar-Organisation (Konzern inkl. Endumsätze der Kaufleute; ohne Hervis)	6,61	6,88	+4%
Hervis	0,52	0,52	+0%
Aspiag (Austria Spar International AG)	5,36	5,69	+7,2%
Spar Österreich-Gruppe (Inland und Ausland; Verkaufsumsatz brutto)	12,49	13,09	+4,8%
SES Spar European Shopping Centers (Inland und Ausland; Verkaufsumsatz brutto)	2,69	2,76	+2,6%
Spar Österreich Gruppe inkl. SES (Inland und Ausland; Verkaufsumsatz brutto)	14,38	15,05	+4,7%

Angaben in Mrd. €; Aspiag und Hervis-Zuwächse sind wechsellkursbereinigt; Quelle: Spar