

cente-Häusern, dem dänischen Warenhaus Illum (im Eigentum der Central Group) auch die acht Globus-Häuser. Die KaDeWe-Linie wächst weiters durch die Hereinnahme des aus der Kaufhof-Gruppe herausgelösten Düsseldorfer Carsch-Hauses im Jahr 2022 und die für 2024 geplante Eröffnung des KaDeWe in Wien Mariahilferstraße/Museumsquartier.

Herkules ist gefragt

Mithin steht Dieter Berninghaus, Mastermind in Benkos Handelsimperium, vor einer Herkulesaufgabe – Multitasking ist angesagt:

- Schließung, Weiterverkauf oder Weiterverwendung unrentabler Warenhausstandorte in Deutschland und der Schweiz.
- Damit verbunden: Personalabbau, Auseinandersetzungen mit den Gewerkschaften. Fandlerl kann von den langwierigen Verhandlungen mit Verdi ein Lied singen.
- Verwendung der Verkaufserlöse einerseits zur Abdeckung der operativen Verluste, andererseits für Investitionen in die Renaissance der Warenhäuser. Rinascente nach deutscher Machart.

Der Haken an der Sache

Wenn Galeria Karstadt Kaufhof Verkaufsflächen von einem fremden Immobilieneigentümer anmietet und diese an diverse Shoppartner und Dienstleister untervermietet, dann schrumpft

”

Man muss wahn-sinnig viel Zeit investieren, das Gespür und das Geschick eines geborenen Unternehmers haben, über Jahre ein Netzwerk aufbauen.

“

René Benko



© APA/Herbert Neubauer

Goldenes Quartier

Ein Kronjuwel der Benko-Retailssammlung mit Luxusshops in der Innenstadt.

der eigene Cashflow, der für die Amortisation der getätigten Investitionen verwendet werden kann, dramatisch. Werden dann noch umsatzabhängige Mieten vereinbart, dann verlagert sich das Verlustrisiko erst recht auf den Shopping-Center-Betreiber Galeria KK, der sich in einer Sandwich-Position zwischen Immobilien-Investor und Mietern befindet.

Das Experiment Galeria KK steht und fällt mit den Synergien, die dieses von Grund auf neu konzipierte Multi Use City Warenhaus-Modell entfaltet, mit der Attraktivität, die sich diese neuen Shoppingwelten bei einem breiten Publikum verschaffen. Und mit der Bereitschaft der Kommunen, über die Stadt- und Verkehrsplanung einen Beitrag zur Revitalisierung der Stadtkerne und ihrer Einkaufsstraßen zu leisten.

Die Werbetour

Die Propaganda-Offensive, die das Signa-Team seit dem Spätherbst vergangenen Jahres abrollen lässt, hat es in sich. Anfang November 2019 sprach René Benko im Berliner KaDeWe vor 200 Unternehmern über die Zukunftspläne seines Warenhaus-Imperiums. Die Häuser

sollen digital aufgerüstet werden. Verkaufsflächen sollen an Händler wie Aldi, dm oder die französische Parfümeriekette Sephora vermietet werden.

Noch konkreter fiel das Zukunftsszenario aus, das Dieter Berninghaus vergangenen Herbst im Raum Zürich bei einer Veranstaltung der Universität St. Gallen und der Migros vor Top-Handelsmanagern entwarf. Fünf Maßnahmen sollen das aktuelle Geschäft ankurbeln:

- „Dress for Less“ (preisreduzierte Markenware) soll die Schnäppchenjäger in die Häuser locken.
- Das Gastronomie- und Lebensmittel-Angebot soll über mehrere Etagen verteilt und ausgebaut werden, um die Frequenz zu steigern.
- Für die Sport-Kaufhäuser bzw. die Sportabteilungen bietet sich die Multi-Channel-Zusammenarbeit mit Sports United an.
- Ebenfalls Online-getrieben ist das Reisebürogeschäft über die Thomas Cook-Standorte.
- Und generell gesprochen: Mit den KaDeWe-Häusern als Flagship-Stores soll Shopping in der City (wieder) zum Erlebnis werden.

Coworking und Bankfilialen

Diese Zukunfts- und Wachstumsprojekte nannte Berninghaus:

- Die Errichtung von City Hubs: In großem Umfang sollen Abholstationen für Amazon und

andere Online-Händler eingerichtet werden. Was mit Amazon-Schließfächern begann, soll zu Amazon Corners und Last-Mile-Distributions-Lagern ausgebaut werden.

- Nach dem Vorbild von El Corte Inglés sollen Bankfilialen in den Warenhäusern einziehen, die spezielle Konsumkredite anbieten.
- Schlecht besuchte obere Etagen sollen zu Coworking-Büros umfunktioniert werden.
- Facility-Management steht als weitere Dienstleistung am Programm, beispielsweise in Form der Bewirtschaftung von 30.000 hauseigenen Parkplätzen.

Experten sind skeptisch

Noch geben sich Handelsexperten in Deutschland recht skeptisch, ob Benkos noch reichlich schemenhaft skizzierte Vision der neuen City-Shopping-Galerien zukunftstauglich ist. „Benkos Pläne haben mit Kaufhäusern nicht mehr viel zu tun“, urteilt der Spiegel. Und bezweifelt, dass die Omni-Channel Strategie aufgehen wird. Allein im Jahr 2018 sollen 22% der Karstadt- und Kaufhof-Kunden in den Onlinehandel abgewandert sein.

Erfolgsentscheidend könnte sein, ob die runderneuerte Galeria-Gruppe in der Highstreet als tonangebender Modehändler reüssieren wird. Einer kürzlich publizierten EHI-Studie zufolge hat der deutsche Mode-Onlinehändler Zalando seinen Onlineumsatz in Europa in vier Jahren mehr als verdoppelt – von knapp drei Mrd. € im Jahr 2015 auf 6,5 Mrd. im Jahr 2019. Verticals wie Zara oder H&M verfolgen mit Flagship-Stores ihre eigene Omni-Channel-Strategie. Ähnliches gilt für die Stores der Luxusmode-Designer. Textildiscounter wie Primark bevorzugen aus Mietkostengründen die Grüne Wiese.

Benko und sein Team brauchen jetzt bei der Umsetzung ihrer Komplettumbau-Pläne vor allem viel Optimismus, Begeisterungsfähigkeit und Beharrlichkeit. All das trägt Stephan Fandlerl zur Schau: „Bis 2024 werden wir eine Umsatzrendite von zwei bis drei Prozent erreichen“, ließ er das Handelsblatt wissen.