



„Am Beispiel

ALDI

*lassen sich
Marketing-Prinzipien
hervorragend
erläutern“*

Interview mit Prof. Dr. Rainer Olbrich





derzeit gelegentlich sogar durch Preiskämpfe gekennzeichnet ist, ‚internationalisiert‘. Das kann zu weiteren zählbaren Vorteilen für die Verbraucher führen.

Mit Konzentrationsprozessen sind aber doch wohl auch immer wieder bestimmte politische Fragen wie etwa die nach der Beschäftigungsstruktur verbunden.

Das läßt sich nicht bestreiten, doch gibt es unter dem von Ihnen genannten beschäftigungspolitischen Aspekt keine eindeutigen Antworten auf durchaus klare Fragen. Konzentration bedeutet eben nicht unbedingt zwangsläufig Verlust von Arbeitsplätzen. Man kann ohne weiteres Beispiele dafür finden, daß kleinere Unternehmen von größeren mit dem Ziel übernommen wurden, die eigene Produktpalette zu verbreitern, den Absatz des kleinen nun dank größerer Schubkraft erheblich zu steigern etc. In den meisten Fällen hat das zu erheblichen Beschäftigungszuwächsen geführt. Solche Prozesse lassen sich eben nicht über einen Kamm scheren. Wenn sich zwei Unternehmen zusammenschließen oder eines ein anderes übernimmt, dann werden häufig aus Rationalisierungsgründen einige Mitarbeiter in der ‚Verwaltung‘ abgebaut, es ist jedoch durchaus möglich, daß ein solcher Rationalisierungseffekt durch Wachstum und einen entsprechenden Beschäftigungszuwachs in den Vertriebslinien mehr als kompensiert wird. Übrigens lassen sich durch direkte politische Eingriffe kaum Beschäftigungseffekte negativer Art dauerhaft verhindern oder andererseits positiv fördern. Auf einen weiteren Punkt möchte ich in diesem Zusammenhang gern noch eingehen: Die Entwicklung der letzten Jahre hat gezeigt, daß beispielsweise das deutsche Fusionskontrollverfahren gegen die Konzentration im Handel nichts hat ausrichten können. Das gilt auch für das Bundeskartellamt. Die Konzentrationsspirale dreht sich vielmehr immer schneller. Betrachtet man dann die europäische Ebene, so muß man feststellen, daß nationale politische Steuerungselemente keinerlei Wirkung mehr gegenüber Prozessen auf internationaler Ebene haben. Zudem steckt das europäische Kartellrecht mit Blick auf den Handel noch in einer Erprobungsphase. Letztlich kommt es nun darauf an, ob internationale Unternehmensfusionen für die Verbraucher positive oder negative Wirkungen haben werden. Bestehen die Ziele interna-

tional kooperierender und fusionierender Unternehmen im wesentlichen darin, sich die einzelnen Ländermärkte aufzuteilen, so müssen derartige Entwicklungen achtsam beobachtet werden.

Können nicht gerade bei Konzentrationsprozessen die Konsumenten durch ihr Verhalten die Bewerber gegeneinander auspielen?

Das ist eine sehr interessante Frage, und tatsächlich haben wir für die Richtigkeit dieser Vermutung eine Reihe von Beispielen. Es ist durchaus denkbar, daß die Konsumenten bestimmte Handelsbetriebsform boykottieren. Das würde auf den betroffenen Anbieter extrem durchschlagen. Wir haben das in den letzten Monaten beinahe erleben können, wenn auch aufgrund anderer Ursachen: Da ging es um die angebliche Vergiftung von Produkten einer bestimmten Handelskette im Lebensmittelbereich. Die dem Handel wie dem Hersteller gegenüber unternommenen Erpressungsversuche wollten exakt diesen Mechanismus ausnutzen. Der unsichere Konsument wußte auf jeden Fall, welches Produkt er wo nicht kaufen durfte. Unabhängig von diesem grundlegend anders gelagerten Beispiel könnten also auch die Verbraucher direkt Druck auf Handel und Hersteller ausüben. Genau genommen gibt es ähnliches im alltäglichen Geschäftsverkehr bereits, allerdings zwischen Hersteller und Händler. Aufgrund der Konzentration im Handel geht es in vielen Branchen um Bestellmengen, welche die Hersteller in gewisse Abhängigkeiten bringen. Würde z. B. ein sehr großer Händler bei einem kleineren Hersteller die Aufträge nicht mehr plazieren, so könnte es den Produzenten unter Umständen gar die Existenz kosten. Umgekehrt sind Händler, die wichtige Produkte nahezu ausschließlich von einem Hersteller beziehen, natürlich auch von diesem in gewisser Weise abhängig. Man kann demzufolge oft von einer wechselseitigen Abhängigkeit auf der Basis einer kaum noch auflösbaren Vernetzung sprechen.

Umgesetzt werden sollen Forschungserkenntnisse nach Möglichkeit auch in die Lehre. Welche Akzente möchten Sie hier in Zukunft setzen?

Ich will im Laufe der nächsten Jahre schrittweise ein neues Programm schreiben und beginne derzeit mit einigen Handelskursen. Meine künftige Ausrichtung sehe ich jedoch auch im gesamten Gebiet des Marketings. Die ersten Ergebnisse werden sich zum Jahreswechsel 1998/99 einstellen.

(Interview: VS)

