

Erklär mir die Welt

Stichwortsuche

Alle Beiträge Aktuellster Beitrag Beitragsdatum bis

Erklär mir die Welt (91)

Warum ist Tante Emma nicht totzukriegen?

Von Patrick Bernau



Der Tante-Emma-Laden kommt heutzutage oft als Trinkhalle oder Kiosk daher

12. März 2008 Manche Läden sind nicht größer als ein Wohnzimmer - und doch gibt es darin alles, was der Mensch braucht, um gut gelaunt bis zum nächsten Tag zu kommen: Auf einem Holzregal reihen sich Zahnpastatuben und Deodosen neben geschnittenem Brot und ein paar Packungen Reis ein, die Tiefkühltruhe hält ein paar Schachteln Eis und einige Pizzen bereit. Sonntags liegen frische Croissants und knusprige Brötchen duftend in Plastikkörben. Hunderte solcher Büdchen verteilen sich über die Innenstadt: So geht es in Großstädten wie Köln oder Berlin zu.

Und so funktioniert es auf dem Land: Nachdem die letzte Supermarktfiliale im Ort geschlossen hat, ergreift ein beherzter Unternehmer die Initiative und gründet eine Genossenschaft, die einen neuen Dorfladen aufbaut. Oder er eröffnet das neue Geschäft allein. Er fragt seine Nachbarn, ob ihnen Bio- oder herkömmlicher Honig besser schmeckt und ob sie lieber Coca-Cola oder Pepsi trinken. Ein paar Wochen später hat der Laden geöffnet, und niemand muss mehr in die Stadt fahren, um Butter und Brötchen zu bekommen - und für den Briefmarkenkauf wahrscheinlich auch nicht.

Kleiner Laden, großes Herz

Tante Emma lebt. Jedenfalls stirbt das Prinzip der betagten Händlersfrau mit dem großen Herzen und dem kleinen Laden nie aus, in dem die Nachbarn den neuesten Tratsch aus dem Viertel austauschen und in dem der hungrige Kunde alles kriegt, was er zum Leben braucht. Und zwar von der Marke, die ihm am besten schmeckt.

Zum Thema

Erklär mir die Welt (90):
 Warum sind Privatfirmen besser als Staatsunternehmen?

Erklär mir die Welt (89):
 Warum geht uns das Öl nicht aus?

Erklär mir die Welt (88):
 Warum machen Frieden und Demokratie reich?

Klar, nicht in jedem Ort führt noch die 62-jährige Oma selbst den Laden. Manchmal steht auch ein 28-jähriger Südländer hinter der Kasse. Aber das Ziel ist immer das gleiche: Sie halten in persönlicher Atmosphäre alles bereit, was die Nachbarn schnell einkaufen wollen. Und haben oft von frühmorgens bis spätabends geöffnet. Sie werden überall anders genannt - „Dorfladen“, „Kiosk“, „Trinkhalle“, der „Türke um die Ecke“ - aber es gibt immer noch Zigtausende davon, und sie sind nicht vom Aussterben bedroht: „Das sind keine Ertragsmaschinen, aber sie sichern das Auskommen ihrer Besitzer“, sagt Andreas Kaapke vom Institut für Handelsforschung an der

Universität Köln. Die Supermarktketten finden das Geschäft jetzt so interessant, das auch sie bald einsteigen wollen.

Die Verbraucher wollen es bequem - und sie haben die Macht

Dabei hatten Pessimisten schon den Tod des Tante-Emma-Ladens verkündet. Ihre Argumente klangen stichhaltig: Die Discounter und Supermarktketten nehmen Tante Emma ihr Geschäft weg, hieß es. Weil die Discounter viel mehr Ware verkaufen und so mit ihren Lieferanten viel niedrigere Preise aushandeln können. Doch solche großen, billigen Läden lohnen sich nicht in jedem Dorf und in jedem Viertel. Sie siedeln sich lieber an den Rändern größerer Städte an. Deshalb trafen Pessimisten die düstere Prognose: Bald sind die Dörfer frei von Lebensmittelgeschäften. Selbst wer nur eine einzige Flasche Milch braucht, muss bald den weiten Weg in die nächste Stadt auf sich nehmen.

Eine Prognose, die sich jetzt als Irrtum herausstellt. Denn die Verbraucher lassen ihre Tante-Emma-Läden nicht sterben. Sie allein haben auch die Macht dazu. Denn sie verteilen das Geld im Handel und können damit durchsetzen, was sie wollen.

Sie wollen es bequem haben. 71 Prozent der Verbraucher verlangen genau das von ihrem Supermarkt, hat die Unternehmensberatung McKinsey erfragt. Die Kunden wollen schnell in ihrem Laden um die Ecke sein, ihn ebenso schnell wieder mit allen Einkäufen verlassen und den Einkauf möglichst mit anderen Besorgungen verbinden.



Lasagne aus dem Laden um die Ecke

Die Bequemlichkeit steht auf der Wunschliste der Verbraucher ganz oben. Günstige Preise kommen erst weit dahinter. Das war sogar vor vier Jahren so, auf dem Höhepunkt der „Geiz ist geil“-Welle. Seitdem ist der Preis den Deutschen noch unwichtiger geworden. Einige Verbraucher zahlen sogar gern mehr, wenn sie es beim Einkaufen dafür einfacher haben.

In den kommenden Jahren dürfte es von dieser Sorte immer mehr geben, glaubt McKinsey-Handelsexperte Christoph Eltze: „Es gibt immer mehr ältere Leute und immer mehr Singles“, sagt er. Die fahren am Wochenende nicht zum Großeinkauf ins Gewerbegebiet, sondern holen lieber eine Lasagne aus dem Laden um die Ecke.

Rund 30.000 kleine Läden haben sich gehalten


Darin zeigt sich einer der größten Vorteile der Marktwirtschaft: Auf dem Markt können die Menschen abwägen, ob ihnen die zusätzliche Bequemlichkeit auch zusätzliche Kosten wert ist. Am Ende gibt es daher so viele Tante-Emma-Läden, wie die Menschen bezahlen wollen. Marktbeobachter finden es manchmal überraschend, dabei ist es ganz logisch: Verbraucher schätzen ihren Bedarf viel besser, als Experten es je könnten. In den vergangenen Jahren zum Beispiel hat kaum jemand an das Überleben von Tante Emma geglaubt - trotzdem haben sich rund 30.000 kleine Läden in Deutschland gehalten. Die Zahl der Kioske hat sich zwischen 1995 und 2006 sogar mehr als verdoppelt. Inzwischen hat es sich sogar schon bis zu den großen Supermärkten herumgesprochen: Auch einige der großen Ketten testen jetzt in Stadtzentren kleine Märkte mit langen Öffnungszeiten. Die haben nur die wichtigsten Produkte im Programm, bieten dafür fertig gemischte Salate an und gelegentlich sogar ein warmes Essen. „Spar Express“ oder „Schwarze Linie“ heißen die Läden von Kaiser's und Tengelmann.


Ob sich die Filialketten am Ende doch noch gegen Tante Emma durchsetzen, ist aber ungewiss. Die Selbständigen in ihren kleinen Läden werden den Filialisten immer voraus sein, glaubt Michael Gerling, der Geschäftsführer des Europäischen Handelsinstituts. Die Selbständigen haben gute Argumente auf ihrer Seite: Erstens arbeiten sie meist viele Jahre im Laden und lernen so ihre Kunden gut kennen. Zweitens sind sie oft engagierter als angestellte Filialleiter und gönnen sich weniger Gehalt, das drückt die Kosten. „Ich glaube, die lieben einfach die Selbständigkeit“, sagt Gerling. „Es gibt Leute, die leben regelrecht in ihrem Kiosk.“ Solche Tanten und Onkel sind nicht zu vertreiben.

Text: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 09.03.2008, Nr. 10 / Seite 58
Bildmaterial: F.A.Z., Julia Zimmermann - F.A.Z.

Lesermeinungen zum Beitrag [4]

Warum ist Tante Emma nicht totzukriegen? 21. März 2008, 21:41 

Tankstellen gehören auch dazu 20. März 2008, 15:33 

Die Gründe! 12. März 2008, 14:46 

F.A.Z. Electronic Media GmbH 2001 - 2008
Dies ist ein Ausdruck aus www.faz.net.