

Was war, was kommt

Wenn wir etwas aus der Vergangenheit lernen können, so ist das, dass die Zukunft nicht prognostizierbar ist. Heute – rückschauend – bessere Lösungen für die Herausforderungen von damals zu proklamieren, ist erstens nicht schwer und zweitens sinnlos.

Gleiche Entwicklungen unter exakt den selben Rahmenbedingungen werden nicht mehr passieren!

Der Vormarsch der Lebensmittelketten in den 1980er-Jahren war ein Phänomen, das viele Branchen verändert hat. Aber der Fachhandel ist dadurch ja nicht ausgelöscht worden. Mein Paradebeispiel ist immer der Hufschmied. Durch die Einführung des Ford-T-Modells und damit dem Durchbruch des Autos wurde der Zunft der Hufschmiede das Aus prophezeit. Tatsächlich gibt es heute nur mehr sehr wenige Hufschmiede – aber die leben so gut wie nie zuvor (Jeder Reiter weiß das!) – und zusätzlich ist das Gewerbe der Reifenhändler entstanden.

Die LEH-Ketten haben ihr Geschäft nicht mit der Absicht gestartet und betreiben es auch heute nicht mit der Absicht, den Fachhandel zu eliminieren. Auch der Preisverfall durch Aktionswahn ist kein Angriff auf den Fachhandel, er ist Konsequenz des Geschäftsmodells der Ketten. Dagegenhalten zu wollen (mit einem anderen Geschäftsmodell) kann auf die Dauer nicht funktionieren.

Der Preis ist sicher einer der Stärken der Supermärkte, aber nicht die einzige. Denken Sie zum Beispiel nur an die Kundenfrequenz der Supermärkte oder die Werbemöglichkeiten und damit auch den Transport von Botschaften. Viele davon sind einfach generisch bedingt, da können Sie eben nicht mit. Vielleicht kann man aber die eine oder andere Stärke

des Gegners doch auch für sich selbst nutzen, wie man auch die Schwächen des Gegners (zum Beispiel fehlende Möglichkeit, interaktiven Kundenkontakt aufzubauen – trotz „Club“- und Mitgliederkarten) nutzen sollte. Ich gehe im nächsten Beitrag näher darauf ein.

Was man sicher aus der Vergangenheit lernen kann (weil nicht zu reagieren immer in die Defensive führt) ist, aktiv zu werden. „Totstellen“ ist knapp vor „tot sein“. Die eigene Unbeweglichkeit ist die größte Gefahr Entwicklungen zu versäumen und den Erfolg von gestern nicht in die Zukunft zu führen. Das Motto kann nur sein: Neue Wege denken – und realisieren!

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at