

Düsseldorf, 22.11.2011

DIA Fonds 27

KiK, Discount mit reinem Gewissen

Wir zitieren aus der „Rheinische Post“ von heute:

„Düsseldorf

Deutschlands größter Textildiscounter Kik will auch in den nächsten Jahren sein stürmisches Wachstumstempo beibehalten. Der Geschäftsführer Michael Arretz sagte am Dienstag in Solingen, der Billighändler wolle die Zahl seiner Filialen in Europa bis 2015 deutlich auf rund 4.000 erhöhen.

Die erfolgreiche Billigmodekette aus dem westfälischen Bönen (bei Unna) gehört zu 82 Prozent dem Mülheimer Familienkonzern Tengermann und brachte es in den vergangenen Jahren auf mehr als 3100 Läden in sechs Ländern. Die Ertragsperle von Tengermann-Chef Karl-Erivan Haub ist seit einem Jahr auf Expansionskurs und will jährlich etwa 200 neue Filialen aus dem Boden stampfen. Die Billig-Kette beschäftigt in Europa rund 20.000 Menschen, davon 15.000 in Deutschland, und erzielte im vergangenen Jahr einen Umsatz von 1,66 Milliarden Euro.

Nicht zuletzt dank der zahlreichen Neueröffnungen werde KiK 2011 den Vorjahresumsatz übertreffen, sagte der Arretz. Das Ergebnis liege weiter „deutlich im schwarzen Bereich“. Zusätzliche Impulse erwartet sich das Unternehmen von der Ausweitung seiner Angebotspalette vom reinen Grundangebot hin zu modischeren Produkten.

Fehler gab es - in der Vergangenheit

Das Unternehmen hat offenbar verstanden, dass dauernde Negativ-Schlagzeilen betriebswirtschaftliche Folgen haben und forciert seit einiger Zeit neben der Wachstumsstrategie auch einen Strategiewechsel. Eingeläutet wurde der Kampf ums bessere Image mit der Einführung eines Mindestlohnes zum 01. Oktober 2010. Der Textil-Discounter, dem von den Gewerkschaften immer wieder Lohndumping vorgeworfen wurde, zahlt seinen Beschäftigten einen Stundenlohn von mindestens 7,50 Euro. Zum neuen Konzept zählen auch ein freundliches Facelifting der Filialen und ein Nachhaltigkeitsbericht.

Von ausbeuterischen Arbeitsverhältnissen bei KiK-Lieferanten in Bangladesch, über die TV-Sender zuletzt berichteten, will Tengermann-Chef Karl-Erivan Haub nichts wissen. In dem Land würden nicht nur seit Jahren die Hersteller auditiert, auch habe man für die Mitarbeiter und ihre Familien Fortbildungseinrichtungen, Kindergärten und Ärztehäuser gebaut. „KiK ist ein anständiges Unternehmen“, sagte der Tengermann-Chef vor einem Jahr im Gespräch mit dem Handelsblatt.

In der Zentrale ist die neue Firmenpolitik längst sichtbar. „Wir haben erstmals eine M & A-Abteilung eingerichtet“, sagt Haub. „Die hatten wir bislang nicht.“ Kik war auch wegen eines Datenschutzskandals in die Schlagzeilen geraten. Der selbsternannte Preisführer unter den Billiganbietern hatte die finanziellen Verhältnisse von Beschäftigten überprüfen lassen, diese Praxis aber wieder aufgegeben.



Nachhaltigkeit als Wettbewerbskriterium: Das gilt inzwischen auch für den Textildiscounter Kik. **Quelle: dapd**

Nachhaltigkeit als Gewinntreiber

Während Deutschlands Autobauer, Energiekonzerne oder Chemiefirmen wie BASF und Henkel seit Jahren zumindest vorgeben, auf Nachhaltigkeit zu setzen, hielten sich die Händler lange zurück. Dabei wird gerade hier, an der Schnittstelle zwischen Konsumgüterherstellern und den Verbrauchern, das Thema Nachhaltigkeit zu einem Wettbewerbskriterium. Gerade weil die Verbraucher immer kritischer werden. Nach dem Skandal um die schlechten Arbeitsbedingungen boykottierten 13,5 Prozent der Deutschen Kik. Negativmeldungen haben einen Nachhalleffekt von über einem Jahr.

Dagegen verspricht nachhaltiges Wirtschaften mitunter sogar Ergebniszuwächse. Wie die Beratungsfirma AT Kearney für das "Carbon Disclosure Project" (CDP) unter 57 internationalen Großkonzernen ermittelte, erzielt die Hälfte von ihnen durch Nachhaltigkeitsprojekte mit Lieferanten geldwerte Einsparungen. Der Brausehersteller Pepsi schickt beispielsweise hauseigene Ingenieure erfolgreich zu Lieferanten, um dort die Energiekosten zu senken. Der US-Handelsriese Walmart gibt Produzenten Ratschläge, wie sie das Verpackungsdesign umweltfreundlicher gestalten können - oder in der Lieferkette den Schadstoffausstoß reduzieren. Das wiederum senkt die Einkaufspreise.

KiK und Co wollen reines Gewissen haben

Inzwischen reagieren die Handelskonzerne. Nicht nur Marktführer Metro installierte Anfang 2010 einen "Nachhaltigkeitsrat", dessen Vorsitz der damalige Vorstandschef Eckhard Cordes persönlich übernahm. Im Februar 2011 veröffentlichte auch Wettbewerber Rewe eine "Leitlinie für nachhaltiges Wirtschaften", nach der sich Mitarbeiter wie Lieferanten zu richten haben.

Zudem können Einzelhändler, die nachhaltig erzeugte Ware in ihre Regale räumen, auf steigendes Käuferinteresse vertrauen. Zwischen dem Jahr 2000 und 2009, ermittelte Kölner Institut für Handelsforschung in einer Studie, schoss das Marktvolumen der Bioprodukte hierzulande von 1,97 auf 5,5 Milliarden Euro nach oben. Während die Nachfrage nach Naturkosmetik zwischen 2003 und 2009 von 510 Millionen Euro auf 739 Millionen Euro kletterte, stieg der Umsatz von Fair-Trade-Produkten auf 333 Millionen Euro - und damit fast auf den siebenfachen Wert von 2003.