



22. Februar 2009 um 14:29 Uhr

Treue-Diskussion erstaunlich frei von Dogmen

Von Silke Biester



Moderator Volker Laengenfelder, Konrad Holzner (Grüner Markt), Monika Reske (Vierlinden), Ulrich Walter (Lebensbaum), Volker Krause (Bohlsener Mühle) und Prof. Dr. Ulrich Hamm (Universität Kassel)

Das Thema **Fachhandels-Treue** ist ja seit Jahren nicht nur heiß diskutiert. Es wird beizeiten dogmatisch als einziger Heilsbringer für die Branche verteidigt - oder vielmehr von einigen Fachhändlern eingefordert. In der Realität ist klar, dass es eine Illusion ist. Doch offen und ehrlich darüber sprechen wollte bisher keiner. Doch wenn die Diskussionsrunde mit zwei Fachhändlern und zwei (echten??) Bio-Marken-Herstellern zur Fachhandels-Treue tatsächlich als Spiegel der Branche gesehen werden kann, dann bricht etwas auf in den Köpfen.

Regelrecht befreiend entwickelt sich die Runde nach **Volker Laengenfelders** Eingangsprovokation “Sind wir nicht alle schon mal fremdgegangen?” Naja, und wie im Privaten auch, ist Fremdgehen irgendwie eine Interpretationsfrage. Was dem einen höchst verwerflich erscheint, ist für den anderen kaum der Rede wert: “Da war doch nichts, ehrlich.”

“Was bietet uns eigentlich der Fachhändler dafür, dass wir ihm treu sind”, stellt der **Bohlsener-Mühlen-Chef Krause** die Frage nach den gleichen Regeln für beide Partner. Denn die Händler nähmen sich ja auch alle Freiheiten und sind den Markenartiklern schon lange nicht mehr treu. Handelsmarken und Produkte aus Lohnabfüllung sind schließlich längst fester Bestandteil im Fachhandelssortiment. “Wer Fachhandelstreue fordert, muss auch Fachmarkentreue leben”, bringt er auf den Punkt, dass sich schlicht die Marktrealitäten geändert haben.

Auch der Branchen-Experte **Prof. Dr. Ulrich Hamm** gibt dem Fachhandel Kontra: “Im Fachhandel versickern die Spannen”, kritisiert er. “Die Werte, die von Bauern und Herstellern geschaffen werden, werden durch Ineffizienz im Handel wieder vernichtet.” Zudem orientierten sich die Sortimente oftmals nicht an den Wünschen der Verbraucher, sondern an den Überzeugungen der Inhaber. Aber “das interessiert die nicht”, pflichtet die Händlerin und Chefin der **Vierlinden-Biomärkte, Monika Reske**, bei.

Sie fordert allerdings zugleich, dass auch etliche Markenhersteller mehr auf die Konsumenten einstellen sollten. “Manche vermeintlichen Neuheiten kommen so angestaubt daher und bekommen überhaupt keine kommunikative Unterstützung, dass sie keiner kennt und auch keiner braucht. Da wird viel Energie verschwendet.”

Einig ist man sich in der Runde, dass statt des Gegeneinanders mehr Miteinander und Austausch stattfinden muss. “Die Kräfte müssen gebündelt werden”, stagt Hamm. Und **Lebensbaum**-Chef **Ulrich Walter** ergänzt: “Statt nach Schuldigen zu suchen, sollten wir uns mehr auf unser eigenes Geschäft konzentrieren.

“Der Fachhandel hat in Deutschland auch in Zukunft gute Chancen,” zieht Walter ein Fazit. “Doch durch die Diskussion der letzten Jahre, sorgt nur für Verunsicherung und bringt uns nicht weiter.”