

Kaufland ...

Fortsetzung von Seite 1

mit der Industrie zu liefern, zeige sich Kaufland kompromissbereit, wie Hersteller berichten. Dabei helfen neben den bekannt guten Konditionen der Neckarsulmer die hohen Deckungsbeiträge, die die Schwarz-Großfläche zuletzt erwirtschaftet hat. 2021 verbesserte Kaufland Marktanteile und den Durchschnittsbon deutlich. Im Januar hat Kaufland gegen den Trend Umsatz hinzugewonnen.

Im Zuge der Real-Übernahme haben die Neckarsulmer mit dem Kartellamt im Sommer ein Regelwerk vereinbart, das zeitlich befristete Sonderforderungen ermöglicht, wenn Märkte übernommen werden und die Umsätze tatsächlich steigen. Das hohe Tempo der Umflagungen und zweistellige Umsatzzuwächse zahlen sich demnach in barer Münze aus. Im laufenden Geschäftsjahr, das mit dem Februar endet, werden die Neckarsulmer dem Vernehmen nach ihre Ziele übertreffen – nicht nur beim Umsatz. Schon im Geschäftsjahr 2020/2021 hatte die Kaufland Stiftung nach mageren Jahren einen Überschuss von knapp 300 Mio. Euro ausgewiesen.

Bei der Strategie spielt offenbar eine Rolle, dass in der Einkaufsorganisation nach turbulenten Zeiten wieder Ruhe eingekehrt ist – obwohl es seit drei Jahren keinen eigenen Einkaufsvorstand mehr gibt, sondern mit Thorsten Sauter einen Ressortchef, der das Ausland und den Einkauf in Personalunion managt. Während bei Konkurrenten oft junge Einkäufer agieren, die Härte zeigen wollen, und Edeka eine neue Einkaufsarchitektur durchsetzen will, sind bei der Schwarz-Großfläche erfahrene Manager am Ruder, die „ruhig und mit kühlem Kopf“ auf die Herausforderungen der Krise reagierten, wie es intern heißt. Mit Andreas Schopper und Jörg Ossenbergs verfügt Kaufland im Einkauf über ein stabiles Team, das auch die jüngsten Turbulenzen an der Schwarz-Spitze gut überstanden hat. Seite 53 *mfd/men/hjs/lz 07-22*

Nachgefragt



Prof. Dr. Thomas Klindt,
Partner und Produkthaftungs-
experte in der Kanzlei Noerr in
München

RECHT AUF REPARATUR

„Obsoleszenz ist ein modernes Märchen“

Sowohl Brüssel als auch Berlin planen ein „Recht auf Reparatur“. Anwalt Thomas Klindt erklärt, warum er von den Vorhaben nichts hält.

Herr Klindt, was käme auf die Branche zu mit dem „Recht auf Reparatur“?

Bislang hat die Politik keine Vorschläge vorgelegt. Klar ist aber: Händler und Hersteller würden für die Funktionstüchtigkeit der Geräte in die Pflicht genommen – unabhängig vom Verschulden und unter Umständen weit über die bisherigen Gewährleistungsfristen hinaus.

Inwiefern wären die Händler betroffen, etwa Otto, Saturn & Co. sowie der LEH, der Nonfood verkauft?

Denkbar ist, dass der Verbraucher einen Anspruch gegenüber seinem Verkäufer erhält – im Beispielfall eines kaputten Föhns etwa gegen Aldi oder Rewe. Die können die Reparatur freilich nicht leisten. Sollen sie künftig den Hersteller in ihren Einkaufsverträgen zu etwaigen Reparaturen verpflichten?

Die Alternative wäre ein Anspruch gegen den Hersteller.

Das wäre eine atemberaubende Rechtsänderung, eine Umkehr der Produkthaftung. Schließlich

würde der Produzent haften, obwohl er dem Kunden das Gerät ja gar nicht verkauft hat. Zudem: Je nach zeitlicher Ausgestaltung des Anspruchs müsste der Hersteller sehr lange – vielleicht zehn Jahre – Ersatzteile bereithalten, unter Umständen extra Lagerfläche dafür anmieten. Ein solch komplexes Ersatzteilmanagement ist bei Produkten wie Autos gerechtfertigt, nicht aber bei einem Föhn für 14,99 Euro.

Das Vorhaben fußt auf dem Vorwurf „geplanter Obsoleszenz“...

...wonach die Hersteller Geräte bewusst so bauen, dass sie eine kürzere Lebenszeit haben, als es

möglich und nötig wäre. Ein modernes Märchen! Ich würde allenfalls von einer in Kauf genommenen Obsoleszenz sprechen.

Das müssen Sie erklären...

Möglicherweise kalkulieren die Unternehmen bei Bauteilwahl und Fertigungspräzision so, dass ein attraktiver Kampfpriest dabei herauskommt, zu Lasten der Haltbarkeit. Natürlich können sie auch so fertigen, dass der Toaster 15 Jahre lang hält. Aber ich vermute, dass kaum einer bereit wäre, den Preis zu zahlen.

Aber ein Reparatur-Anspruch dient doch zweifelsohne dem Verbraucher- und Umweltschutz?

Nicht zwingend. Vielleicht möchte der Verbraucher am technischen Fortschritt teilhaben. Oder die Reparatur ist wirtschaftlich sinnlos, weil sie genauso viel oder mehr als die Neuananschaffung kostet. Und falls das modernere Gerät weniger Strom verbraucht als das alte, kann der Neukauf auch aus ökologischer Sicht die erste Wahl sein.

Seite 24 *gmf/lz 07-22*

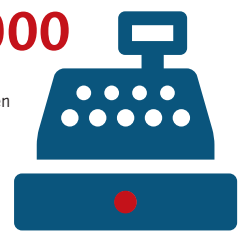


Nonfood: Händler wie Saturn, Edeka & Co. könnten verschuldensunabhängig haften, weit über die bisherigen Gewährleistungsfristen hinaus.

Immer weniger Kassen

976 900

Kassen stehen
aktuell in deutschen
Geschäften



Historischer Tiefstand: In Deutschland gibt es mit derzeit 976 900 Kassen so wenige wie noch nie seit Beginn der Erhebung durch das Kölner EHI 1997. Damals lag der Wert noch bei knapp über einer Millionen Stück im Handel. Die Gründe dafür liegen auf der Hand: die Konzentration in der deutschen Handelslandschaft und die Entwicklung des Online-Shoppings. Dafür können die heute eingesetzten Kassen technisch immer mehr als nur kassieren. Seite 50 *lz 07-22*

Waffengleichheit im Wettbewerb

Der Wandel der Arbeitswelt stellt die Ernährungswirtschaft vor gewaltige Herausforderungen. Dazu gehört die Digitalisierung der Arbeitsprozesse ebenso wie die ökologische Transformation. Im LZ-Gespräch plädieren Ulrike Detmers, Präsidentin des Verbands Deutscher Großbäckereien und Mestemacher-Chefin, sowie Guido Zeitler, Vorsitzender der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten, dafür, den Wandel gemeinsam aktiv zu gestalten. Tarifbindung sorgt für Waffengleichheit im Wettbewerb. Zudem gelte es, Arbeitsbedingungen, die Bewertung von Tätigkeiten sowie Anreizsysteme für Führungskräfte zu überdenken. Detmers und Zeitler warnen davor, dass die Branche zum Spielball der Finanzmärkte wird. Sie wollen das Image der Food-Arbeitgeber voranbringen, damit Fachkräfte nicht in andere Industrien abwandern. Seite 34 *sb/lz 07-22*

Das Lieferkettengesetz kommt. Die Zeit rennt!

ftrace[®]
connects

Starten Sie jetzt mit der Umsetzung.

Mit dem Lieferkettengesetz benötigen Unternehmen ab 2023 Transparenz über ihr Liefernetzwerk. Gemeinsam mit der Community entstand die Lösung **ftrace transparency**, um Lieferkettendaten effizient und standardisiert zu erfassen und auszuwerten. Damit erreichen Sie eine optimale Durchdringung der Lieferkette und schaffen Klarheit über soziale sowie ökologische Fragestellungen.

Jetzt aktiv werden:

ftrace.com/lksg

