

29.02.2012 - 20:10 Uhr

Das Versagen der Schleckers - Leitartikel von Hagen Seidel

Berlin (ots) -

Schlecker steht nun ein brutaler Kahlschlag bevor. Fast die Hälfte der Arbeitsplätze und Filialen der insolventen Drogeriemarktkette in Deutschland sollen verschwinden, damit wenigstens der Rest überleben kann. In Berlin zittern rund 1000 Mitarbeiterinnen. Ihnen wie allen anderen ist bewusst: Der Schnitt fällt deutlich tiefer aus, als Gründer-Tochter Meike Schlecker und Insolvenzverwalter Arndt Geiwitz vor gerade mal einem Monat noch erhofft hatten. Doch die schonungslose Analyse des Unternehmens und seiner Zukunftschancen hatte Befürchtungen bestätigt: Um die Drogeriemarktkette steht es noch viel schlimmer, als die Gründerfamilie bereit war zuzugeben. Dass diese Inventur erst möglich wurde, nachdem sich Anton Schlecker durch den Insolvenzantrag sozusagen selbst aus dem Geschäft genommen hatte, macht das Hauptproblem überdeutlich: Das war seit Jahren ihr Gründer. Der Insolvenzverwalter sagte in erfreulicher Klarheit, dass der wenig transparent arbeitende Patriarch Anton Schlecker schon seit 2003 oder 2004 schwere unternehmerische Fehler begangen habe, die letztlich zum jetzt anstehenden Kahlschlag geführt hätten. Von dieser Schuldzuweisung indes können sich die fast 12 000 Mitarbeiter, die schon in den nächsten Wochen ihre Jobs verlieren, nichts kaufen. Aber es steht dem Insolvenzverwalter durchaus zu, deutlich darauf hinzuweisen, dass nicht er ihr Problem ist, sondern Anton Schlecker. Wie so oft bei Insolvenzen muss jetzt der Verwalter die unangenehme Anpassungsarbeit tun, die der Eigentümer bisher unterließen. Geiwitz handelt richtig, so wie er handelt, auch wenn es wehtut. Denn in vielen ähnlichen Sanierungsfällen im Handel - ob in der Insolvenz oder noch vorher - hat sich gezeigt, dass man mit Rücksichtnahme auf Dauer nicht weiterkommt und ein Unternehmen nicht nachhaltig auf die Füße stellen kann. Hätte etwa Karstadt im Jahr 2005 die Möglichkeit genutzt, noch mehr seiner Warenhäuser abzugeben, wären die Probleme vier Jahre später mutmaßlich nicht so dramatisch geworden. Ob eine Filialzahl von 3000 plus x der Drogeriekette Schlecker auf Dauer tatsächlich das Überleben sichern wird, weiß heute dennoch kein Mensch. Zu hart ist die Konkurrenz. Unternehmen wie dm und Rossmann genießen ein weit höheres Renommee als die Pleite-Kette. Diese Unternehmen wachsen. Das badische Unternehmen dm beispielsweise expandiert seit Jahren in Berlin. Jeder, der eine dm- oder Rossmann-Filiale betreten hat, weiß auch ohne Management-Ausbildung, dass Schlecker-Märkte unzeitgemäß sind. Der tiefe Schnitt bei Schlecker erhöht die Chance deutlich, dass der Einstieg für zahlungskräftige Investoren lukrativer erscheint. Gleichzeitig ist es aber auch die letzte Chance. Es liegt dann in der Verantwortung der Gläubiger, diejenigen Geldgeber auszuwählen, die nicht auf den schnellen Euro, sondern auf ein dauerhaftes Wachstum aus sind. Und das bringt dann wieder Arbeitsplätze - wenn das Konzept funktioniert. Ob die Familie Schlecker beim Neustart noch wesentlich beteiligt sein wird, spielt in jedem Fall nur noch eine untergeordnete Rolle.

Kontakt:

BERLINER MORGENPOST

Chef vom Dienst

Telefon: 030/2591-73650

bmcvd@axelspringer.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100050382/100713930> abgerufen werden.