

ECO

WIRTSCHAFT
GELD &
FINANZEN

KRISE

FAZIT

Wie sich sechs Unternehmer durch das erste Jahr der Coronakrise gekämpft haben.

/// Ernst Wakolbinger

SEITE 18/19

LEGO

Der dänische Spielwarenhersteller profitiert zwar von der Krise, hat aber ein Problem: Plastik.

SEITE 20

BÖRSE

Vier Aktien, denen Analysten ein starkes Wachstum zutrauen.

SEITE 21



Die US-Billigmodekette Forever 21 kam 2011 unter großem Interesse nach Österreich. Mittlerweile sind die Filialen geschlossen.

/// Alex Halada/picturedesk.com

Auf Wiedersehen, Österreich

Mehrere **prominente ausländische Firmen** verließen in der Vergangenheit Österreich. Dabei gibt es kein einheitliches Muster, aber Parallelen. Besonders Händler haben es schwer. **➔ VON JEANNINE HIERLÄNDER**

Mit Privatkunden ist in der Bankbranche derzeit einfach kein Geschäft zu machen. Jedenfalls nicht, wenn es um kleine Sparer geht. Und nicht in Österreich. Dachte man sich bei der ING Bank und trat den Rückzug an. Bis Ende des Jahres will das Institut sein Privatkundengeschäft in Österreich einstellen. Die Nachricht barg durchaus einen Überraschungseffekt: Hatten die Niederländer, die als Pioniere im Onlinebanking gelten, doch erst voriges Jahr ihr Geschäft um Immobilienkredite erweitert. Die Sparer unter den 550.000 Privatkunden in Österreich müssen ihr Geld anderweitig unterbringen. Und auch Depots und Kredite sollen für Private nicht mehr angeboten werden. Behalten will die Bank nur die einträglicheren Firmenkunden.

Am Ende geht es oft recht schnell. Immer wieder versuchten Unternehmen ihr Glück in Österreich, um festzustellen, dass der Markt es nicht hergibt. Oder die Kunden schon gesättigt sind, der Standort nicht gut genug ist oder das Geschäftsmodell einfach nicht hierher passt. Muster will Marktforscher Andreas Kreuzer aber keines erkennen: „Der österreichische Markt ist vergleichsweise klein und eine Bank verdient mit reinem Online-Sparen wenig Geld, weil die Zinsen niedrig sind und die Marge gering ist. Offensichtlich geht sich das nicht einmal mehr online aus“, analysiert er im Gespräch mit der „Presse am Sonntag“.

» Ich kann in großen Ländern einfach länger durchhalten«, sagt der Marktforscher.

Beispiele für ausländische Unternehmen, die in Österreich auf Dauer ohne Erfolg blieben, gibt es aber einige. Da wäre zum Beispiel Forever 21. Die Billig-Modekette aus den USA sperrte 2011 unter großem medialem Interesse zwei Geschäfte in Wien auf, eines auf der Mariahilfer Straße und eines auf der nobleren Kärntner Straße in der In-

neren Stadt. Nur fünf Jahre später schloss die Filiale auf der Mariahilfer Straße wieder, 2019 folgte die auf der Kärntner Straße und die Insolvenz.

Anderes Segment, ähnliches Beispiel: Pizza Hut. Die Fastfood-Kette aus den USA trat 2003 nach sieben Jahren im Land den Rückzug an. Statt wie geplant 50 Filialen wurden nur fünf eröffnet. Und bereits nach wenigen Jahren entschied sich der Chef des hiesigen Franchise-Nehmers, das erste Restaurant wieder zu schließen. Der Grund: Kundenmangel. Oder die Bekleidungskette GAP, ebenfalls aus den Staaten. Die Geschichte der kalifornischen Firma in Österreich ist kompliziert und mittlerweile auch wieder zu Ende. Mitte der 1990er-Jahre kündigte GAP den Start in Österreich an, doch er lief schleppend – auch wegen eines Streits unter den Franchise-Nehmern. Anfang der 2000er-Jahre zog man sich wieder zurück. 2014 startete GAP im Wiener Donau Zentrum mit einem Franchise-Konzept neu. Doch auch diese Filiale ist mittlerweile geschlossen.

Über dem Zenit. Dafür hat Marktforscher Kreuzer eine simple Erklärung: „Wenn ein Unternehmen erst dann kommt, wenn es im Heimatland seinen Zenit schon überschritten hat, ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass es in den neuen Ländern nicht mehr Fuß fasst.“ Denn wir leben in einer globalisierten Welt – und die Konsumenten bekämen mit, wie es in der Heimat um die Marke bestellt sei. Und tatsächlich: Kurz vor dem Markteintritt in Österreich hatte die mit Jeans bekannt gewordene Marke GAP schon in den USA Umsatzrückgänge verbucht, die Aktie strauchelte und liegt bis heute unter ihrem Höchststand von 1999.

Auch die Größe des Markts spielt eine Rolle. Österreich ist mit seinen knapp neun Millionen Einwohnern vergleichsweise klein. Das bedeutet: Es fallen auf jeden Fall fixe Kosten an, etwa für den Firmensitz und das Marketing. Und je weniger man verdient, desto stärker schlagen diese zu Buche. „Ich kann in großen Ländern einfach

länger durchhalten“, sagt Kreuzer mit Blick auf die ING Bank.

In manchen Dingen sind die Österreicher auch einfach anders gestrickt. Hannes Lindner von der Agentur Standort & Markt erinnert sich, dass in den 1970er-Jahren der französische Supermarkt-Gigant Carrefour als erster

In manchen Dingen sind die Österreicher auch einfach anders gestrickt.

Mieter in die Shopping City Süd einzog. „Der Markt war mit um die 7000 Quadratmeter unüblich groß“, sagt der Marktforscher. In Österreich war man das Konzept von gigantisch großen Supermärkten – anders als in Frankreich und den USA – nicht gewohnt. Solche Geschäfte punkten damit, dass sie neben einem riesigen Sortiment an Lebensmitteln auch sogenannte Non-Food-Artikel anbieten, also alles von Spielzeug über Bekleidung bis zu Elektroartikel. In Österreich gebe es aber viele etablierte Fachhändler. „Da konnte Carrefour nicht dagegenhalten“, sagt Lindner. Außerdem würden österreichische Konsumenten stark auf Qualität setzen. „Dieses weder Fisch noch Fleisch, das schätzen Österreicher nicht.“ Überhaupt sei es im Handel hierzulande schwer, den Fuß in die Tür zu bekommen, weil man die richtigen Standorte braucht. Und die seien größtenteils vergeben. „Das geht nur bei Spezialthemen, zum Beispiel Bio“.

Abschied mit Bilanzverlust. Und selbst in einem boomendem Segment wie dem Onlinehandel kann man sich die Finger verbrennen. So kehrte 2016 der börsennotierte japanische Internethändler Rakuten Österreich nach drei Jahren den Rücken. Rakuten hatte hierzulande einen Bilanzverlust von mehr als fünf Millionen Euro angehäuft. Ein Jahr davor hatte es noch geheißen, man habe den Konkurrenten eBay beinahe eingeholt. Aber oft geht es am Ende eben schnell. **///**

BEISPIELE

2021. Die niederländische ING Bank trennt sich bis Jahresende von ihren 550.000 Privatkunden in Österreich. Behalten will man nur die profitableren Geschäftskunden.

2019 zog sich die US-Billigmodekette Forever 21 endgültig aus Österreich zurück. Eine von zwei Filialen wurde schon 2016 geschlossen.

2003 verabschiedete sich die US-Fastfood-Kette Pizza Hut nach sieben Jahren aus Österreich. Statt der geplanten 50 Filialen wurden nur fünf eröffnet.

2016 gab der japanische Internethändler Rakuten sein Österreich-Geschäft auf. Man hatte hierzulande einen Bilanzverlust von über fünf Millionen Euro angehäuft.