

Seite 25

Autor: Benjamin Weinmann und Stefan Ehrbar
Wirtschaft

Schild-Deal wird wohl durchgewinkt

Kritiker warnen vor kumulierter Marktmacht der Migros

Es ist eine der grössten Übernahmen im Schweizer Detailhandel der letzten Jahre. Die Migros-Tochter und Warenhauskette Globus, zu der auch die Herren-Globus-Geschäfte gehören, kauft das Modehaus Schild. Zusammen kommen sie auf rund eine Milliarde Franken Umsatz.

Die Eidgenössische Wettbewerbskommission (Weko) hat bereits angekündigt, dass sie den Deal prüfen wird. «Wird die Weko den Fall anhand traditioneller Kriterien, vor allem zur Marktabgrenzung, beurteilen, wird die Übernahme wohl genehmigt», sagt Patrick Krauskopf, Rechtsprofessor und ehemaliger Weko-Vize-Direktor. Auch der ehemalige Preisüberwacher Rudolf Strahm sieht keine grossen Hindernisse, «da Globus und Schild im Bekleidungsmarkt angesichts der starken internationalen Konkurrenz, dem Einkaufstourismus und dem Onlinehandel keine marktdominierende Stellung einnehmen werden.» Wirtschaftsprofessor Reiner Eichenberger sieht es ähnlich: «Der Kleidermarkt gilt nicht als besonders konzentriert, und der Eintritt für neue Ketten ist möglich.»

Dennoch sorgt die Übernahme für Gesprächsstoff: «Dieser Deal betrifft zwar unsere Mitglieder, die vor allem im Lebensmittel- und Haushaltsmarkt tätig sind, nicht direkt», sagt Anastasia Li, Direktorin des Markenartikelverbandes Promarca. Aber die Weko habe schon in früheren Fällen festgestellt, dass Migros und Coop in diesen Bereichen gemeinsam eine marktbeherrschende Stellung innehaben. «Insofern stärkt jede Übernahme ein Mitglied eines Duopols», sagt Li. «Die vielen Übernahmen in allen Bereichen bergen Gefahren für wettbewerbsschädliche Synergieeffekte.»

Für Patrick Krauskopf, der auch Leiter des Zentrums für Wettbewerbsrecht an der ZHAW ist, «stellt sich die Frage, ob die bisherige wettbewerbsrechtliche Herangehensweise bei Unternehmenszusammenschlüssen im Detailhandel noch zeitgemäss ist.» Was Krauskopf meint: Schaut die Weko nur den Teilbereich Bekleidungsmarkt an, in dem Schild und Globus operieren, werden auch in Zukunft ähnliche Übernahmen durchgewinkt. Mit der Folge, dass Coop und Migros je länger je mehr in jedem sogenannten Food- und Near-Food-Bereich einen signifikanten Marktanteil innehaben, was zu einer kumulierten Marktmacht führt. Allerdings wäre es eine Praxisänderung, sollte die Weko derartige Übernahmen in Zukunft aus einer ganzheitlich-wolkswirtschaftlichen Perspektive beurteilen.

Die Migros kann sich vorläufig aber die Hände reiben. Zwar ist der Verkaufspreis nicht bekannt, doch mit Schild hat sich die Migros ein ehemals verstaubtes, mittlerweile aber gut laufendes, modernisiertes Geschäft mit klarem Profil ins Haus geholt. Dem Vernehmen nach war es Migros-Handelschef Dieter Berninghaus, der vor etwas mehr als einem Jahr die Fühler ausstreckte. Unklar bleibt hingegen, was die Migros mit ihrer Beteiligung an Charles Vögele vorhat. Branchenkenner schliessen eine Übernahme mehr denn je aus.

Der Migros-Manager ist Chef des Departements Handel und damit von Globus. Er soll den Deal in die Wege geleitet haben.

Die Migros-Tochter Globus übernimmt das unabhängige Modehaus Schild.

DIETER BERNINGHAUS