



Spar-Chief Drexel macht gute Umsätze mit der Bio-Linie – plus zehn Prozent

FRANZ GRUBER

Einer, der grün denkt

Interview. Spar-Chief Gerhard Drexel ist Atomgegner, mag Produkte aus der Nachbarschaft und hat auch S-Budget im Kühlschrank.

VON SANDRA BAIERL

Montag, 11 Uhr. Gerhard Drexel, Vorstandsvorsitzender Spar Österreich, ist eigens von Salzburg nach Wien angereist, um die Auszeichnung **Green Brands** entgegenzunehmen. Mit dabei: sein vier Personen starkes CSR-Board, das Nachhaltigkeitsthemen in der Firma vorantreibt.

KURIER: Wie nachhaltig denkt der Unternehmer Gerhard Drexel?

Gerhard Drexel: Von meiner Grundeinstellung war ich immer schon stark bedacht auf Umweltaspekte und Umweltanliegen. Ich war schon als Teenager ein großer Gegner der Atomindustrie.

Haben Sie gegen Zwentendorf demonstriert?

Das war dann doch ein bisschen weit weg von Vorarlberg. Aber ich habe mich jedenfalls dagegen ausgesprochen und mich unheimlich gefreut, dass aufgrund des überwältigenden Quorums der Vorarlberger die gesamtösterreichische Abstimmung entschieden worden ist. Über 90 Prozent in Vorarlberg haben dagegen gestimmt. Das grüne Gedankengut, der sorgsame Umgang mit allem um uns herum, waren schon immer etwas ganz Prägendes für mich.

Wie sehr fragen Kunden nach Bio?
Sehr stark. Wir haben seit 1995 eine eigene Biolinie. Spar Natur pur hat jährlich zweistellige Zuwachsraten. Auch im ersten Halbjahr 2010 liegen wir bei 17 Prozent Wachstum.

gibt, die nahe am Erzeuger liegen. Wie ist das logistisch machbar?

Logistisch ist der Aufwand nicht so groß. Aber vom Sortimentsmanagement her ist es komplex. Wir können dann in der Salzburger Zentrale nicht mehr über das Gesamtsortiment entscheiden. Es braucht dazu die regionalen Einkaufsverantwortlichen. Man hat auf einmal mit viel mehr Lieferanten zu tun. Mehr als 5000 lokale Produkte von über 500 Lieferanten bieten wir etwa bei Interspar an. Wir unterstützen damit die kleinen Betriebe in der Nachbarschaft, die gar nicht in großen Mengen produzieren können. Kleine Manufakturen können so am Leben erhalten werden. Das ist eine Form der Dezentralisierung.

Auch das Qualitätsmanagement wird damit schwieriger.

Hier sind wir sehr streng. Wir prüfen durch externe Behörden und intern.

Böse Produkte würden Sie auch auslisten.

Es sollte das Ziel sein, dass sie erst gar nicht eingelistet werden. Sollte man nachträglich auf eine Verfehlung draufkommen, werden diese Produkte ohne Wenn und Aber ausgelistet.

Sie haben eine andere Produktlinie, nämlich S-Budget, die das genaue Gegenteil des hochpreisigen Bioprodukts ist. Ist das immer ein Gegensatz?

S-Budget ist nicht das Gegenteil. Es ist die budgetchonende Linie. Aber solche Produkte kommen nur ins Regal, wenn die Qualität passt. Aber es stimmt schon: Das sind keine Bioprodukte.

Die AMA klagt, dass die Eigenmarken der Supermärkte die Biobauern so unter Preisdruck setzen.



FRANZ GRUBER

„Es muss einfach fair sein – für Erzeuger und Kunden. Wir bilden nur die Brücke.“

Gerhard Drexel zum Vorwurf des Preisdrucks

Das kann ich bei uns nicht nachvollziehen. Bei uns gilt das Prinzip „Leistung und Gegenleistung“. Es muss einfach fair sein. Für Erzeuger und Kunden. Wir bilden nur die Brücke.

Wieso liegt Bio im Trend?

Je mehr die Menschen mit der globalisierten Welt und der EU unzufrieden sind, umso stärker die Sehnsucht, zumindest bei den Dingen, die man sich einverleibt, sicher zu sein. Man will das Persönliche, will wissen, woher kommt's, wer hat's gemacht, welche Werte stehen dahinter.

Wie viel Bio haben Sie zu Hause?

Sehr viel. Vor allem die Spar-Naturpur-Linie. Auch Spar Premium.

Findet man auch S-Budget?

Klar, wir sind auch preisbewusst. Den Energydrink etwa, er ist der beste.

Spar. Händler und Green Brand

Als erstes Handelsunternehmen wurde Spar diese Woche mit dem Green Brands Award ausgezeichnet. Damit werden Marken geehrt, die nachweisbar ökologisch nachhaltig sind (bzw. produziert werden). Für die Auszeichnung müssen die Unternehmen nominiert werden. Derzeit sind 13 Firmen mit dem Award ausgezeichnet 35 sind in der Validierung. Spar verfolgt den nachhaltigen Gedanken in seinem Sortiment (Umsatzanteil je nach Produktgruppe zwischen fünf und 30 Prozent) und bei den Filialen (energieautarke Häuser).

„Unsere Biolinie hat jährlich zweistellige Zuwachsraten. Auch im ersten Halbjahr: plus zehn Prozent.“

Gerhard Drexel bestätigt den Bio-Boom

Sie spüren in diesem Sortiment also keine Krise?

Nein. Wir liegen im Biosegment, bei unserer Eigenmarke Spar Natur pur nur geringfügig höher im Preis als im konventionellen Sortiment. Die Kunden sind bereit, es nachzufragen, weil der Preisunterschied nicht sehr hoch ist.

Sie bieten auch lokale Produkte an, die aus der jeweiligen Region stammen und es nur in den Spar-Märkten

