

Pressemitteilung

Europäische Fachhochschule (EUFH)

Renate Kraft M. A.

05.05.2015

<http://idw-online.de/de/news630498>

Buntes aus der Wissenschaft
Ernährung / Gesundheit / Pflege, Wirtschaft
überregional

Podiumsdiskussion an der EUFH: Onkel Mehmet soll moderner werden

Im Rahmen des Themenjahrs 2015 – ÄLTER-BUNTER-KÖLNER“ - der Kölner Wissenschaftsrunde fand auf dem Campus der Europäischen Fachhochschule (EUFH) in Brühl eine Podiumsdiskussion statt. Dabei ging es um die Zukunft der so genannten „Onkel Mehmet-Läden“, die vielen kleinen türkischen Lebensmittel-Läden, die für frische Produkte genauso bekannt sind wie für die besonderen interkulturellen Einkaufserlebnisse, die sie ihren Kunden immer wieder bereiten.

EUFH-Präsident Prof. Dr. Birger Lang begrüßte die deutschen und türkischen Gäste aus Wirtschaft, Hochschule und Verbänden. „Während meines Studiums in Hamburg haben meine Mitbewohner und ich immer gerne bei Onkel Mehmet um die Ecke eingekauft. Heute sind ringsum die Läden und Kneipen von damals längst verschwunden. Nur Onkel Mehmet ist noch immer da – er scheint also irgendwas richtig gemacht zu haben.“

In das Thema führte Prof. Dr. Tanju Aygün ein. Der Studiendekan des Fachbereichs Handelsmanagement arbeitet mit einem Forscherteam der Hochschule zum Thema „Nachfrage- und Wettbewerbsveränderungen und ihre Auswirkungen auf den türkischen Lebensmittelhandel in Deutschland“. Im deutschen Lebensmittel-Einzelhandel gibt es seit Jahrzehnten einen starken Konzentrationsprozess. Die Anzahl der Filialen ist bei zugleich insgesamt steigenden Umsätzen drastisch gesunken. 15 Handelsunternehmen erwirtschaften heute 90 Prozent des Umsatzes. Im Land des Discount-Weltmeisters Deutschland gibt es keine einzige bundesweit aktive ausländische Supermarktkette. Obwohl es ausländische Lebensmittelhändler in der „Geiz ist geil“-Kultur ganz offenbar schwer haben, behaupteten sich die Onkel Mehmet Läden gut am deutschen Markt. Ihre Zahl ist zwischen 2004 und 2014 vergleichsweise nur leicht von 12.000 auf 9.000 geschrumpft.

In jüngster Zeit gibt es bei den türkischen Händlern Bestrebungen, noch stärker als bisher deutsche Kunden anzusprechen. Bisher waren rund 90 Prozent ihrer Kunden Türken. Prof. Aygün und sein Team haben im Jahr 2014 eine Umfrage bei Studierenden der EUFH durchgeführt. Sie wollten wissen, warum oder warum nicht junge Deutsche bei Onkel Mehmet einkaufen. Die freundliche Einkaufsatmosphäre und das kulturelle Einkaufserlebnis sind neben Produktfrische und bequemen Öffnungszeiten die Top-Argumente für Onkel Mehmet. Wer nicht dort kauft, bemängelt meist dunkle, altmodische Verkaufsräume, mangelnde Deutschkenntnisse oder hohe Preise. „Mit den besonders für Onkel Mehmet sprechenden Argumenten kann kein deutscher Händler mithalten“, so Prof. Aygün. „An den Schwächen kann man arbeiten. Das bietet trotz großer Konkurrenz große Chancen.“

Während der anschließenden Diskussion bestätigte Haluk Öznesin, Geschäftsführer des türkischen Handelsunternehmens depo mit elf Standorten in Nordrhein-Westfalen, den Wunsch, stärker als bisher deutsche Zielgruppen anzusprechen. „Aber es ist noch viel zu tun. Onkel Mehmet muss sich Gedanken über Modernisierung machen. Deutsche wollen eine moderne, helle Atmosphäre.“ Haluk Öznesin macht sich Sorgen um Onkel Mehmet und forderte ihn auf, sich neu zu strukturieren und ein klares Konzept zu entwickeln.

Anke Körber, Channel Managerin bei Coca-Cola, verfolgt das Ziel, dass jeder Durstige in jeder deutschen Straße die Gelegenheit bekommt, eine Cola zu trinken. Die 9.000 Onkel Mehmet Läden sind natürlich dabei ein guter potenzieller

Absatzmarkt. Seit drei Jahren ist sie deshalb mit Onkel Mehmet im Gespräch. „Ich stelle fest, dass die jüngere Händler-Generation offener wird für Neues. Und ich bin sicher, dass die Chancen für Onkel Mehmet durchaus gut sind. Deutsche Kunden haben Frische und Qualität dort immer schon zu schätzen gewusst. Wenn auch noch eine helle, freundliche Atmosphäre dazukommt, werden immer mehr Deutsche bei Onkel Mehmet kaufen.“

„Und den so oft gewünschten Erlebnischarakter des Einkaufs bietet Onkel Mehmet sowieso allein schon durch den kulturellen Aspekt“ fügte Jörg Hamel, Geschäftsführer des Einzelhandels- und Dienstleistungsverbandes Aachen-Düren-Köln e.V., hinzu. „Für die Zukunft wünsche ich mir, dass Onkel Mehments Bereitschaft, sich mit Verbänden und Gemeinden zu vernetzen, weiter steigt. Ich bin ganz sicher, dass damit für den türkischen Einzelhandel große Vorteile verbunden sind.“

Im Anschluss an die spannende Diskussion tauschten sich die Gäste noch am Buffet bei türkischem Fingerfood aus und sprachen noch lange über Onkel Mehments trotz großer Herausforderungen viel versprechende Zukunft.

URL zur Pressemitteilung: <http://www.eufh.de>



Podiumsdiskussion an der EUFH
EUFH