

Wir fordern ein Sanierungskonzept der Nachhaltigkeit mit einem Corona Pakt, um jetzt Stabilität zu erzielen und später Wachstum zu schaffen. Es wird ein Filialportfolio benötigt, das einem zukünftigen gemeinsamen Unternehmen Karstadt Sports und Sport Scheck eine bestmögliche Perspektive bietet!

Voraussetzung für ein Sanierungskonzept müssen eine strategische Planung und Entwicklungspotential sein. Ausschließlich auf Kostensenkung zu planen, schafft weder eine kurzfristige noch eine langfristige Stabilität, kein zukünftiges Wachstum und ist damit nicht zielführend. Wir erwarten ein tragfähiges, nachhaltiges Zukunftskonzept.

- Alle Vermieter und Vermietungsgesellschaften werden aufgefordert, die Mieten auf eine Mindestmiete zu reduzieren, die den Standort dazu befähigt, verlustfrei das zukünftige Geschäftsjahr abzuschließen.
- Für beispielhaft weitere drei Jahre könnten die Mieten dem Ergebnis der Filiale angepasst und somit eine Ergebnisbeteiligung angeboten werden. Besseres Ergebnis = höhere Mieten
- Für eine Umsatzerwartung wird eine aktuelle Studie/Befragung in Auftrag gegeben. Es ist unstrittig davon auszugehen, dass die Verunsicherung durch die Corona Krise und die Einschränkungen den stationären Handel für die kommenden Monate weniger attraktiv macht, allerdings sind die 33% Onlineverschiebung, die in dem Sanierungskonzept genannt wurden, zu einem Zeitpunkt ermittelt worden, als wir uns noch in einem harten Lockdown befunden haben. Die Grundlage dieser Annahme ist von unabhängiger Seite zu korrigieren.
- Aufsattpunkt für die Bewertung des Unternehmens und einzelner Filialen darf nicht nur der Rückblick auf das GJ 18/19 sein. Es müssen strategische Überlegungen berücksichtigt werden, sowohl hinsichtlich der bisher versäumten Möglichkeiten Häuser zu entwickeln, wie auch Veränderungen im kurzfristigen und mittelfristigen Kaufverhalten (z.B. durch mehr Urlaub in Deutschland oder Fokussierung auf Sportarten, die im Freien stattfinden).
- Alternativ sind standorterhaltene Angebote anzubieten, die eine Reduzierung der Flächen oder ein anderes Storekonzept bedeuten kann. Es ist dringend zu vermeiden, dass bei zweifellos außerordentlich guten Standorten Mitbewerber diese Flächen besetzen. Dieses Szenario muss dringend im Sanierungskonzept Berücksichtigung finden. Warum?
 1. Diese Standorte sind im Kundenbewusstsein Einzelhandel-Sport Anlaufflächen, wodurch ein Nachfolger unweigerlich profitieren würde.
 2. Bei Doppelstandorten sind Umsatztransferierungen zu Sport Scheck Standorten nur theoretisch anzunehmen. Es zeigt sich, dass in der Vergangenheit diese Umsätze kaum und nur sehr gering zu transferieren sind. Beispiele gibt es dazu genug: Wiesbaden (Schließung Sport Arena), Stuttgart (Neueröffnung bei Erhalt des alten Standortes), vergangene Umbau-Schließung des Sport Scheck Hamburg-Mö. Ebenso muss der Karstadt Sports Kundenstamm beachtet werden, der sich vom Sport Scheck Kunden unterscheidet (Zielgruppe). Dieser Kundenstamm wird sich nicht automatisch von Sport Scheck angesprochen fühlen und geht als potentieller Kunde verloren. Die Zusammenführung der Unternehmen muss aus dem Blickwinkel des

Kunden vorangetrieben werden, dabei sind Veränderungen in einem notwendigen Prozess abzubilden, der erfahrungsgemäß Zeit beansprucht (Zusammenführung von Sortimenten, Ansprache an den Kunden, etc.).

- Die Synergien mit Sport Scheck sollen auch einen Omni-Channel Ansatz bedeuten, der für die Zukunft eine weitere Attraktivität für die Karstadt Sports Filialen bedeutet. Dieser Ausblick vor Corona wird durch und nach Corona weitere Berechtigung finden.
- Mit dem Erhalt jeder einzelnen Filiale wird die seit Jahren geforderte Marktdominanz gestärkt und ausgebaut. Dies führt zu verbesserten Lieferantenkonditionen, Werbekostenzuschüsse, Erhöhung von CRM Daten, Synergien bei Prospekten und Werbeaufträgen. Diese Hinweise sind den Ausführungen der Geschäftsführung aus den vergangenen Jahren zu entnehmen.
Diese Effekte sind auch bei knapp kalkulierten Filialen als positive Ergebnisverbesserungen für alle Filialen zu berücksichtigen.
- Es muss sichergestellt sein, dass die Gewichtung und damit der zeitliche Einsatz der Mietverhandlungen insbesondere die „roten“ Filialen betreffen. Die Aussage, dass eine Nennung der Filialen bedeutet, dass dies die Mietverhandlungen mit den „gesicherten“ Filialen erschwert, lässt vermuten, dass der Schwerpunkt bei einer Optimierung der sicheren Filialen liegt und nicht bei der Rettung aller anderen Filialen.
- Es verwundert, dass bei den Erläuterungen zum Sanierungskonzept von einer möglichen Rettung von maximal 3 - 4 Filialen zusätzlich zu den geplanten 11 erhaltenden Standorten ausgegangen wird. Gleichzeitig wird zugesagt, dass um jede einzelne Filiale gekämpft wird. Bei aller notwendigen Sachlichkeit und Ehrlichkeit den Gremien eine realistische Erwartungshaltung darzustellen, bleibt die Frage, was diese maximale Zahl von 3-4 begründet.
- Der Vermietermarkt ist gerade im Immobilienbereich zusammengebrochen, das bedeutet, dass es im Zuge der Zeit überhaupt nicht abzusehen ist, zu welchen Eingeständnissen die Vermieter bereit sind, denn solvente Nachfolger sind kaum in Sicht. (Möglicherweise aber zu sehr geringen Einstandsmieten, s.o. der Hinweis auf mögliche Mitbewerber).
- Bei einer mittelfristigen Zusammenführung der Unternehmen Sport Scheck (inklusive zentraler Funktionen) und Karstadt Sports (Restfilialen) läge das Filialportfolio zwischen 25 bis maximal 30 Filialen. Diese Größenordnung ist etwa die gleiche, wie die der gescheiterten Separierung von Karstadt Sports von Karstadt Warenhaus 2011 (gesellschaftsrechtlich) bzw. 2015 (operativ). Es erschließt sich uns nicht, warum ein solches Vorhaben dieses Mal erfolgreicher sein sollte.
- Es muss ein Abgleich der Filialen von Sport Scheck und Karstadt Sports herangezogen werden, der über die momentane Betrachtung hinausgeht. Daraus resultierend ist der Fehler zu vermeiden, Karstadt Sports Filialen jetzt zu schließen, nur weil dies im Rahmen der Insolvenz kostengünstig für das Unternehmen umsetzbar ist. Vielmehr muss auf nachhaltige Kostenoptimierung gesetzt werden, eine Betrachtung der Sport Scheck Filialen (Dauer des Mietvertrags, Mietkosten, Filialergebnis) vorgenommen werden und eine Abwägung stattfinden, welcher Standort langfristig der attraktivere ist.

- Andere Mitbewerber, wie z.B. Runners Point haben die Schließung ihrer Geschäfte angekündigt. Es muss die Aufgabe unserer Unternehmung sein, diese Kunden für uns zu gewinnen. Gerade vor dem Hintergrund, dass Running die Profilkategorie für Karstadt Sports abbildet, gilt es hier, diese Chance wahrzunehmen und die Auswirkungen positiv in eine zukünftige Berechnung der Standorte aufzunehmen.
- Es gibt keine Aussagen und uns bekannte Überlegungen, wie nach einem Personalabbau in Höhe der beschriebenen 20% und dem Outsourcing der WST Tätigkeiten die Arbeitsprozesse und -abläufe aufrechterhalten werden sollen. Gerade im Hinblick darauf, dass Karstadt Sports ein stationärer Händler ist, bei dem Beratung und Service von potentiellen Kunden erwartet werden. Die mit dem geplanten Personalabbau einhergehende Arbeitsverdichtung wird nicht tragbar sein.
- Die Erfahrungen in der Zeit seit dem Carve In (April 2019 bis heute) zeigen, dass eine Abgabe zentraler Funktionen an einen Dienstleister per SLA nicht problemlos und risikolos ist, selbst wenn der Dienstleister ein verwandtes Unternehmen ist. Es gibt aus dieser jüngeren Vergangenheit genügend Beispiele, die belegen, dass diese Dienstleistungen häufig unzureichend erbracht worden sind. Es muss sichergestellt sein, dass in einer zukünftigen gemeinsamen zentralen Zielstruktur beider Unternehmen alle Konzepte erfolgreich von allen Filialen umgesetzt werden können.

Die Corona Krise und ihre sehr kurzfristigen fundamentalen und einschneidenden Auswirkungen sind einmalig und somit auch beispiellos.

Von den Beschäftigten werden drastische Einschnitte verlangt, die nicht zuletzt negative Auswirkungen auf alle Standorte haben würden. Vorrangig sind die für den Erhalt sämtlicher Filialen von Karstadt Sports notwendigen Zugeständnisse von den Vermietern und allen weiteren Geschäftspartnern einzufordern. Und zwar unter Berücksichtigung und Auslotung von alternativen Konzepten und Beteiligungsmodellen.

Die Zukunft liegt in der Entwicklung zahlreicher Standorte und nicht in deren Schließung und dem damit einhergehenden Verlust von Marktanteilen.

In dieser ersten kurzen Zusammenfassung wurden unsererseits Argumente aus der wirtschaftlichen Betrachtung getroffen, moralische Aspekte haben wir bewusst nicht genannt. Einzig bleibt der Hinweis, dass aber auch hier berücksichtigt werden sollte, dass von allen Seiten Unterstützung und Hilfen gefordert werden, so selbstverständlich auch von Seiten des Gesellschafters. Dann sollten die Verantwortlichen auch bereit sein, genau diese Unterstützung innerhalb bis zum Äußersten darzustellen. Gerade vor dem Hintergrund der Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt, aber auch mit dem Blick auf die Gläubiger, die ein starkes Interesse daran haben, dass die Sanierung nicht nur ein kurzfristiger Einmaleffekt wird, dessen Folgen das Unternehmen weitere Jahre belasten, sondern eine Wertschöpfungskette, die über die nächsten Jahre aufgebaut wird und erhalten bleibt.

Der Gesamtbetriebsrat Karstadt Sports

Der Wirtschaftsausschuss Karstadt Sports

gez. Ralph Thomas (Vorsitzender des GBR)
gez. Susanne Güldner (stellv. Vorsitzende des GBR)

gez. Tobias Handtke (Sprecher des WA)
gez. Tobias Barthel (stellv. Sprecher des WA)