

Erste Lidl-Filiale in Lettland

Geschrieben von: Udo Bongartz

Samstag, den 12. August 2017 um 00:00 Uhr

Lettische Diskussionen um die deutsche Discounterkette



Lettische Medien berichten, dass der deutsche Lebensmitteldiscounter Lidl seine erste Filiale in Riga plant (ism.lv). Die Einwohner im Stadtteil Purvciems protestieren, weil eine Grünfläche für einen Lidl-Parkplatz geplant werden soll. Konsumenten hoffen hingegen auf günstige Preise. Lettische Lebensmittelproduzenten fürchten, dass der Konzern größere Lieferanten aus dem Ausland bevorzugt. Der Lebensmitteldiscounter mit dem weltweit größten Filialnetz ist in fast allen Ländern der EU zu finden, seit letztem Jahr auch in Litauen. Nur Lettland und Estland sind noch weiße Flecken auf der Lidl-Karte.

Eine Lidl-Fiale in Vilnius, Foto: [ViršūLF](#) - Own work, [CC0](#), [Link](#)

Manche Einwohner von Purvciems zeigen sich nicht begeistert, dass die Discounterkette Lidl in ihrem Stadtviertel ihre erste lettische Filiale errichten will, auf dem Grundstück Dzelzavas iela 75b. Sie kritisieren, dass eine Grünfläche für den Kundenparkplatz geplant und 29 Bäume gefällt werden sollen. Andererseits erhoffen sich die Letten günstigeres Einkaufen. Wer in Deutschland und Lettland Preise in den Supermärkten vergleicht, wird überrascht sein, dass im Land mit dem deutlich geringeren Durchschnittseinkommen die Lebensmittel häufig teurer sind. Lettische Journalisten kauften in einer litauischen Lidl-Filiale Lebensmittel im Wert von 6,52 Euro, für die gleichen Produkte mussten sie in einem lettischen Supermarkt 7,94 Euro bezahlen (ism.lv).

Handelsexperten und Vertreter von Lobbyverbänden sehen Vor- und Nachteile eines zukünftigen Unternehmens Lidl Latvija. Henriks Danusevics, Vorsitzender des Lettischen Handelsverbandes, fürchtet, dass der neue Wettbewerber für lettische Unternehmen nur Einbußen bedeutet. Er prognostiziert, dass Lidl zunächst mit „aggressiv niedrigen Preisen“ beginne und den örtlichen Produzenten gleichzeitig Entgegenkommen zeige. Doch wenn der Discounter sich etabliert habe, orientiere er sich auf größere internationale Lieferanten, die Importe nähmen zu und der Anteil an heimischer Produktion verringere sich. Danusevics meint

Erste Lidl-Filiale in Lettland

Geschrieben von: Udo Bongartz

Samstag, den 12. August 2017 um 00:00 Uhr

aber auch, dass der lettische Markt noch einen weiteren Wettbewerber vertragen könne (tvnet.lv)

Laila Vartukapteine, kaufmännische Leiterin der Kette Elvi Latvija, glaubt ebenfalls, dass lettische Unternehmen die Verlierer sein werden, weil sie die großen Mengen, die Lidl braucht, nicht herstellen können. Sie appelliert: „In den Krisenjahren machte sich die Gesellschaft endlich bewusst, wie wichtig es ist, heimische Produkte zu kaufen und es entstand ein Verständnis dafür, dass der Kauf in Lettland gewachsener oder produzierter Produkte nicht nur ein schmackhaftes und gesundes Essen bedeutet, sondern auch die Unterstützung der heimischen Wirtschaft. In jenen Jahren vergrößerte sich in den Geschäftsregalen der Anteil der in Lettland produzierten Produkte merklich. Die Gesellschaft wurde eindeutig klüger, doch die aggressive Niedrigpreispolitik kann die Marktposition der lettischen Produzenten gefährden.“
(tvnet.lv)

Kunden mit kleinem Geldbeutel dürften Vartukapteines Argumente kaum beachten. Nach der Eröffnung der ersten Lidl-Filialen im Nachbarland Litauen standen die Kunden in den ersten Wochen Schlange, manche benötigten Erste Hilfe, weil sie in der prallen Sonne einen Hitzschlag erlitten. Vom Bau einer Lidl-Filiale in Purvciems erfuhr der Privatsender LNT, Lidl hat diese Information noch nicht bestätigt.

Bereits im Jahr 2003 plante der Konzern aus Neckarsulm ein lettisches Filialnetz mit 50 Geschäften. Doch dann erschien den Managern der hiesige Markt zu klein. Damals machten die Schwaben in Lettland Profit, ohne ein einziges Geschäft eröffnet zu haben. In den Jahren des Baubooms verkaufte Lidl Latvija die erworbenen Grundstücke wieder und erzielte 7,2 Millionen Lats Gewinn.

In Deutschland produzierte Lidl Mitte der Nullerjahre die typischen Negativschlagzeilen einer Discounterkette. Gewerkschafter kritisierten Lohn- und Arbeitsbedingungen in den Geschäften und bei den Zulieferern, die Rundumüberwachung und Bespitzelung der Angestellten, außerdem das Bestreben von Unternehmerseite, Betriebsräte systematisch zu verhindern. Inzwischen sollen sich die Lohn- und Arbeitsbedingungen in den deutschen Filialen verbessert haben.