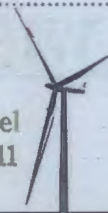


Volkswagen wächst stark  
Nicht nur im Inland hat VW  
2011 zugelegt, sondern  
auch in den USA. | 11



Rekordmonat für Windkraft  
Im Dezember erzeugten die  
Mühlen in Deutschland so viel  
Strom wie noch nie. | 11



Samstag,  
7. Januar 2012

HSt

9



Um bis zu 70 Prozent reduziert ist Markenware im Fabrikverkauf zu haben. Aber mittlerweile bieten auch Einzelhändler solche Gelegenheiten.

Foto: dpa

## Für Trüffelschweine

**SCHNÄPPCHENFÜHRER** Seit 20 Jahren veröffentlicht das Buch Adressen zum Fabrikverkauf

### Kommentar

Der „Schnäppchenführer“ hat auch die Einkaufsgewohnheiten verändert.



Von Isabell Voigt

### Jagdsaison

Es gab Zeiten, da wurde nur zweimal im Jahr mit roten Prozentzeichen geworben – zum Winter- und Sommerschlussverkauf. Da wusste der Kunde noch, wann es sich lohnte zuzugreifen. Verständlich, dass er nach anderen, zusätzlichen Möglichkeiten suchte, um beim Einkauf so richtig zu sparen. Damit erklärt sich unter anderem der Erfolg eines Buches, das günstige Einkaufsadressen quer durch die Republik veröffentlichte. Der „Schnäppchenführer“ war geboren, und er machte Preise plötzlich transparent, weil er vorrechnete, um wie viel ein Produkt auf dem Weg aus der Fabrik bis an die Ladentheke teurer wurde.

Der Erfolg des Buches offenbart aber auch, dass Menschen, allein getrieben von der vermeintlichen Aussicht zu sparen, bedenkenlos Hunderte von Kilometern zurücklegen. Etwa, um in einem Marken-Outlet einen Pullover mit Polospieler-Emblem vielleicht 30 Euro günstiger



Von unserer Redakteurin  
Isabell Voigt

Unter den Bestsellern im Land der Dichter und Denker war in den vergangenen zwanzig Jahren auch der „Schnäppchenführer“ zu finden. Bis zu seinem Debüt 1992 kannten die Deutschen einen solchen Ratgeber noch nicht. Auf vielen Hundert Seiten, geordnet nach Bundesländern und Gemeinden, listet Autor Heinz Waldenmüller seitdem auf, wo was direkt beim Hersteller günstiger zu haben ist.

„Mit dem Buch habe ich das Smart Shopping im Outlet, also das Einkaufen direkt beim Hersteller, populär gemacht“, sagt der Autor nicht ohne Stolz. Und das lange, bevor große Outlets mit vielen Markenshops überhaupt in Mode kamen. Noch Anfang der 90er Jahre gab es diese Einkaufsdörfer nach US-amerikanischem Vorbild hierzulande nicht. Meist wussten Sparfüchse nur über Mund-zu-Mund-Propaganda, dass es beispielsweise in Nördlingen einen Direktverkauf bei Strenesse (Mode) gab. Erst der Schnäppchenführer machte Einkaufstipps bundesweit öffentlich.

Mit einer Geiz-ist-geil-Mentalität will Heinz Waldenmüller, von Haus aus Verbraucherjournalist und lange Jahre Leiter der Ratgeber-Redaktion im Südwest-Fernsehen, jedoch

nichts zu tun haben. „Das Buch führt nicht zu billig, billig, billig, sondern zu den besten Marken.“ Über 500 international bekannte Namen listet der „Schnäppchenführer“ 2012 auf – darunter Villeroy & Boch, Aigner, Rena Lange und Adidas. Ob Gartenmöbel, Kochtöpfe oder Klammotten – irgendwo müssen die Dinge hergestellt werden. Und genau dort sind sie in der Regel am günstigsten zu bekommen. Schließlich fallen Verdienstmargen für Zwischen- und Endhändler sowie Transportkosten weg.

**Boycott** Während es heute für viele selbstverständlich ist, mehrmals im Jahr ein Outlet anzusteuern, versetzte diese Aussicht die Einzelhandelsbranche 1992 allerdings in helle Aufregung. Der Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDV) wettete: „Das Buch ist eine Sauerei“, und rief zum Boycott des Ratgebers auf. Auch der Verlag bekam plötzlich kalte Füße, stoppte zunächst das Projekt aus Angst vor möglichen Schadenersatzprozessen. Mittlerweile sieht man das Ganze jedoch gelassen. Der „Schnäppchenführer“ hat heute

nicht mehr die Bedeutung wie vor 20 Jahren, sagt der Präsident des Handelsverbands Baden-Württemberg, Horst Lenk.

Der Eigentümer eines Modefachgeschäfts in der Pforzheimer Innenstadt weiß, wovon er spricht. „Verbraucher sind heute sehr viel selbstbewusster. Sie informieren sich im Internet bei Preisvergleichsmaschinen.“ Noch wichtiger für die Branche aber war der Wegfall des Rabattgesetzes. So kann heute jeder Händler selbst seine Sonderverkäufe gestalten – Rabatte sind das ganze Jahr möglich. Lenk: „Die Factory Outlet Center (FOC) sind auch ein Ventil für die Hersteller, die Waren unterzubringen, die der Handel zurückgibt.“ Diese landen aber meist zeitverzögert in den Outlets und sind nicht mehr top-aktuell.

**Region** Auch die Region Heilbronn-Franken ist im Schnäppchenführer vertreten, etwa mit der Wäschefirma Bleyle in Brackenheim oder Mustang. Für Einheimische sind diese Adressen nicht neu. Auch ohne Buch pilgerten Familien aus dem Hohenlohischen jahrzehntelang nach Künzelsau, um sich hier günstig mit Jeans, Shirts und Jacken einzude-

cken. Nicht minder bekannt das Bueckle-Outlet in Lauffen. Bueckle war einst Strickwarenfabrik. Längst ist sie verkauft. Was bleibt, ist die Erinnerung an den wohl prominentesten Kunden: Bundeskanzler Helmut Kohl. Er trug bevorzugt Strickjacken aus der Hölderlin-Stadt. Eine davon hatte einen historischen Auftritt: Als legere Kleidung des Kanzlers bei den Verhandlungen mit Russlands Michail Gorbatschow zur Wiedervereinigung Deutschlands. Darum liegt das gute Stück (dunkelblau, Größe 68) heute ausgestellt im Haus der Geschichte in Bonn.

**Kommentar „Jagdsaison“**

## Hintergrund

### Entstehung

1992 startet Heinz Waldmüller mit seinem „Schnäppchenführer Baden-Württemberg“. Enthalten sind damals 238 Adressen von Fabrik- und Direktverkauf sowie Abholmärkten im Land und weitere 38 Adressen in Deutschland. Es folgen Bände zu anderen Bundesländern. Sechs Titel der Buchreihe sind zusammen insgesamt 450 Wochen auf der Bestsellerliste Buchreport, Sachbuch, Platz 1 bis 50. Waldmüller hat in Hunderten Vor-Ort-Tests die Markenfirmen und ihre Preise zusammengestellt. Seine Recherchen wurden auch von der Wiso-Redaktion des ZDF bestätigt. ivo

einzukaufen als im örtlichen Einzelhandel. Angesichts steigender Spritpreise hält sich die Ersparnis bei diesem Ausflug allerdings in Grenzen. Aber bei vielen Schnäppchenjägern geht es ja schließlich auch um das Erlebnis. Das Abenteuer, möglichst billig Beute zu machen. Koste es, was es wolle.

Doch wer in der Ferne kauft, kann beispielsweise nicht so einfach umtauschen, wenn er zu Hause plötzlich merkt, dass es doch nicht richtig passt oder die Ware gar einen Fehler hat. Denn wer legt den Weg dafür noch einmal zurück?

Mittlerweile ist die Welt voller permanenter Rabattverkäufe – das Internet macht's möglich. Aber auch der örtliche Handel wirbt regelmäßig mit Sale-Schildern: Für Preisfüchse dauert die Jagdsaison das ganze Jahr. Wer bewusst und gezielt einkauft, für den sind „Schnäppchenführer“, Sonderverkäufe sowie Reduzierungen im Einzelhandel ein Segen. Vor allem Menschen mit knappem Budget können sich auf diese Weise überhaupt mal etwas extra gönnen. Für alle anderen ist es ein Fluch. Denn Prozentzeichen in den Augen trüben den Blick für das Wesentliche. Denn egal, wie billig etwas zu haben ist – wenn es nicht wirklich gebraucht wird, ist auch fast geschenkt noch zu teuer.

@ Ihre Meinung?  
isabell.voigt@stimme.de

