



Handel

Metro präferiert Kanadier

Im Ringen um den Verkauf der Warenhauskette Galeria Kaufhof zeichnet sich eine schnelle Entscheidung ab. Wie aus Kreisen des Mutterkonzerns Metro zu hören ist, gibt es im Vorstand rund um den Vorsitzenden Olaf Koch eine klare Tendenz für das Angebot der Hudson's Bay Company (HBC). Der kanadische Warenhauskonzern, zu dem unter anderem die Luxuskaufhäuser Saks Fifth Avenue gehören, gilt neben der Signa-Gruppe des österreichischen Immobilieninvestors René Benko als ernsthafter Kaufinteressent. Die Gespräche seien so weit gediehen, dass schon nächste Woche eine Entscheidung fallen könnte, heißt es aus Verhandlungskreisen – allerdings vorbehaltlich der Zustimmung des Aufsichtsrats. Der galt bislang als unentschieden, soll inzwischen aber mehrheitlich das Angebot der Nordamerikaner bevorzugen. Der Kaufpreis soll bei 2,7 bis 2,9 Milliarden Euro liegen, ähnlich wie bei der Benko-Offerte. Jedoch würde HBC Verbindlichkeiten der Metro-Tochter übernehmen, was den Kaufpreis verringern dürfte. Die Metro wollte sich nicht äußern. sam

Galeria-Kaufhof-Filiale in Wiesbaden

Luftfahrt

„Günstigste Preise nur bei der Airline“



Jens Bischof, 49, Passagevorstand der Lufthansa, über die Einführung einer neuen Buchungsgebühr

SPIEGEL: Ab September wollen Sie für jede Buchung, die nicht über Ihre eigene Website erfolgt, 16 Euro Zuschlag erheben. Reisebüros und Onlineanbieter laufen Sturm. Musste das sein?

Bischof: Buchungen über große externe Computersysteme sind nicht nur teuer für uns,

sie sind auch in der Darstellung nicht modern genug. Wir wollen entscheiden können, wie wir unsere Angebote in den Markt bringen.

SPIEGEL: Sie bestrafen aber damit jene Kunden, die nicht auf Ihrer Website buchen wollen.

Bischof: Nein. Die hohen Vertriebskosten, die wir an Buchungssysteme zahlen, tragen derzeit alle Kunden. Künftig sollen nur noch die zahlen, die Dienstleistungen der Anbieter auch in Anspruch nehmen. Es stimmt zudem nicht, dass alle Tarife in den Buchungssystemen erhältlich sind. Die günstigsten Preise, etwa von Germanwings oder

auch Ryanair, bekommt man nur direkt bei der Airline.

SPIEGEL: Reisebüros drohen nun, bewusst auf andere Linien zu buchen.

Bischof: Manche reagieren jetzt emotional, aber diese Marktdynamik ist hilfreich. Innovation kann man nicht aufhalten. mum



Passagiere am Flughafen in München

FOTOS: MICHAEL SCHICK / IMAGO (O.); ULLSTEIN BILD (U. L.)