

# TRENDS IM DETAILHANDEL

Die Globalisierung verändert nicht nur die Industrie, den Dienstleistungsbereich und die Besitzverhältnisse von Unternehmen, sondern in immer stärkerem Masse auch den Handel. Faktoren wie der teure Franken und günstige Preise im nahen Ausland sind dabei nicht Auslöser des Prozesses, beschleunigen ihn aber massiv. Mit welchen Folgen für Sie?

Text: Hans Wirz



Nebst Büchern liefert Amazon auch Bananen, Milch und frisches Brot ins Haus. Wann auch Medikamente?

Unser Beitrag bringt allgemeine Beispiele von Entwicklungstendenzen, die letztlich auch den Gesundheits-Fachhandel beeinflussen werden. Denn ein allgemeiner Strukturwandel trifft alle. Holen Sie sich entsprechende Anregungen.

## Amazon erschliesst neuen Bereich

Der weltgrösste Online-Händler bietet schon länger haltbare Lebensmittel an, aber jetzt erklärt Amazon auch mit Eiern, Früchten und Gemüse den Supermärkten den Krieg. Geplant und an der Schwelle zur Realisation steht ein Frischwaren-Hauslieferdienst in Europa. In London kurven die giftgrünen Lieferwagen von Amazon Fresh bereits durch die Strassen. In Deutschland wird Amazon in erster Linie gegen Hello Fresh (von Zalando) antreten. Die Entwicklung wird zwar (angesichts der kleinen Margen und hohen Kosten) nicht wie ein Erdbeben vor sich gehen, hat aber mittelfristig bestimmt grosse Chancen. Vor allem gegen «LeShop.ch» von Migros und

«coop@home», die im Schnitt CHF 245 pro Lieferung umsetzen.<sup>1,2</sup>

**Fazit OTXWORLD:** Wer eine ausgefeilte Logistik beherrscht, kann offenbar neben Büchern auch frische Lebensmittel via Internet-Bestellung nach Hause liefern. Das haben Migros und Coop bereits bewiesen. Die Lancierung von Amazon Fresh wird zusätzlichen Schub auslösen. Und margenträchtigere Artikel wird man wegen der hohen Basiskosten zusätzlich gezielt und aggressiv anbieten. Beispielsweise Körperpflegemittel und frei verkäufliche Gesundheitsmittel. Mindestens so wichtig wie der Hauslieferdienst werden Abholstationen, in denen Kunden auf dem Heimweg von der Arbeit ihre bestellten Waren abholen können – ohne aus dem Auto auszusteigen.

## Konsumschwäche

Wer den Konsum (und Investitionen) ankurbeln will, lockert die Geldpolitik. Dachte man. Inzwi-

schen zeigt sich, dass sich mit dem Rezept keine grossen Brötchen backen lassen: Trotz einer irren Geldschwemme seitens der europäischen Zentralbank wächst Europa momentan nicht – ausser Deutschland. Entsprechend lahmt der Konsum. Die Löhne steigen nicht, die Produktivität sinkt. Die Mittelklasse schwächelt und die Schwellenländer ebenfalls.<sup>3,4</sup>

**Fazit OTXWORLD:** In der Schweiz steigen die Löhne moderat – ein Luxus in einer Wirtschaft mit generell sinkender Produktivität. Trotzdem, also obwohl die Kaufkraft da ist, stagniert der Detailhandel. Einerseits wegen der wohl dauerhaften Verlagerung von Einkäufen ins Ausland (momentan ca. 12 Mia. CHF pro Jahr), andererseits wegen der Angst vor Arbeitsplatzverlust (Teile der Industrie verlagern sich still und leise ins Ausland) und andere Befürchtungen mögen mitspielen. Die Margen sinken wegen stärkeren Konkurrenzkämpfen, was speziell im Gesundheits-Fachhandel zu einer stärkeren Marktbe-

reinigung führen dürfte. Gleichzeitig versuchen sich neue Marktlückenfüller. Wie etwa «Gaia Delice», der neue Bio-Anbieter. Wer wird das Rennen machen?

### Gute Rezepte fehlen

Die traditionellen Ankurbelungs-Rezepte des Detailhandels sind Rabatte und Billigpreise. Auch im Fachhandel. Aber trotz Rabatten schliessen laufend Geschäfte in allen Branchen, speziell aber in der Modebranche und im Gastgewerbe. Das ist nicht nur Folge der Lage an den Finanzmärkten und der grenzüberschreitenden Einkäufe, sondern der Mangel an grundsätzlich neuen Rezepten. Beispielsweise, wenn es um die Öffnungszeiten geht. Auch die Politik lässt den Handel hängen: Man unternimmt nichts gegen die stark überhöhten Preise, die Schweizer Firmeneinkäufer im Ausland bezahlen müssen. Auch noch viel zu wenig wird die Verschmelzung von Online- und stationären Shops betrieben.<sup>2,4</sup>

**Fazit OTXWORLD:** Gründe für die grundlegende Problematik im Detailhandel sind also aufzählbar. Aber die Lösungsansätze wirken doch etwas dürftig. Was wir im Moment erleben ist der Beginn eines nachhaltigen Strukturwandels. Und ein Strukturwandel bedingt immer die Infragestellung bisheriger «heiliger Kühe». Wie etwa die gelegentliche Billigpreis- und Rabattpolitik in Fachgeschäften. Oder Schwächen in der Bedienung und in der Kommunikation mit den Kunden – wann schon begegnet man einer Verkaufskraft die weiss, wie man (für die Kunden nützliche) Zusatzverkäufe realisiert? Müssen nicht die Qualifikationen und Ausbildungen der Chefs verändert werden? Damit sie in die Lage versetzt werden, ihre eigenen neuen Rezepte zu entwickeln?

### Smartphone & Co.

Was gut passt zu den vorhergehenden Meldungen: Je nach Alter verhält sich die Konsumentenschaft ziemlich unterschiedlich. Während sich nur 45 Prozent der Befragten im Alter zwischen 50 und 65 Jahren vorstellen können, Geschenke im Ausland zu kaufen, sind es bei den jüngeren 65 Prozent. Trotzdem nutzt der Detailhandel in der Schweiz mobile Endgeräte noch kaum als Absatzkanal. Mobile Commerce dümpelt vor sich hin, der schweizerische Detailhandel hat den Sprung ins mobile Zeitalter verschlafen. Und verpasst damit das Einkaufserlebnis, das jeden Abend auf den Sofas mit Smartphones und Tablets zelebriert wird.<sup>5,6</sup>

**Fazit OTXWORLD:** Migros, Coop, Zalando und Galaxus machen es erfolgreich vor, die Kleinen haben aber scheinbar keine Lust auf Veränderungen. Klar sind die getätigten Umsätze per elektronische Medien noch nicht riesig, aber neue Konsumverhalten müssten ernst genommen werden. Die Aufgabe von Verbänden, Gruppierungen und anderen Organisationen? Als Branche neue Informationen, Know-how und Geräte anbieten? Oder individuell im Tiefschlaf abwarten?

### Weniger Personal

Nach dem Gesundheits- und Sozialwesen und der öffentlichen Verwaltung ist der Detailhandel mit rund einer halben Million Arbeitnehmern der grösste nichtstaatliche Arbeitgeber der Schweiz. Zum Vergleich: In der Finanzbranche sind es 210 000, im Gastgewerbe 166 000 und in der Pharma-Branche 68 000 beschäftigte Personen. Die Zahl der Beschäftigten im Detailhandel ist allerdings am Sinken. Nicht zuletzt und kurzfristig betrachtet wegen der Finanzkrise und der damit verbundenen Stagnation der Konsumausgaben. Entsprechend hat sich die im Detailhandel generierte Lohnsumme von 6,3 Prozent innert sechs Jahren auf 5,3 Prozent verringert. Schuld daran sind aber auch strukturelle Veränderungen. Die durch den vermehrten Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie möglich wurde. Automatisierung der Bestellvorgänge und Scannerkassen haben die Leistungen des Ladenpersonals und der Geschäftsführung bedeutend erhöht. Auch wird immer mehr in grösseren, durchrationalisierten Läden verkauft, was die Produktivität erhöht hat.<sup>5</sup>

**Fazit OTXWORLD:** Die Produktivität hat sich im Detailhandel erhöht, gleichzeitig aber auch die Ansprüche an die Qualifikation der Mitarbeitenden. Verbunden mit einer Anhebung der Lohnkosten. Angesichts der wachsenden Ansprüche der Kundschaft an die Qualität (der Produkte und der Bedienung) ist diese Entwicklung zu begrüssen. Speziell im Bereich des gesundheitlichen Fachhandels, der sich als Grundversorger positionieren will und entsprechende Leistungen zu bieten hat. Positiv daran ist auch, dass die entsprechenden Arbeitsbereiche immer interessanter werden, also immer mehr junge und interessierte Arbeitskräfte anziehen. //

### Quellen

- |                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| 1 Die Welt            | 4 Schweiz am Sonntag |
| 2 NZZ am Sonntag      | 5 NZZ                |
| 3 Finanz & Wirtschaft | 6 20 Minuten         |

## KOLUMNE

### TRENDBAROMETER



### LEIH MIR DEIN AUGENLICHT

Immer mehr Menschen leben mit eingeschränkter Sehkraft. In Dänemark oder Italien etwa sind die Zahlen der Betroffenen seit den 90er-Jahren um rund 80 Prozent nach oben gegangen. Neben Optikern und Augenärzten entwickeln Technikhersteller neue Anwendungen für diesen Riesenmarkt: «Voiceover», der Vorlesemodus des «iPhones»; die Anwendung «TapTapSee», die Gegenstände auf Handfotos erkennt und benennt. Oder die App «Blindsquare», die auf die Daten der Standort-App «Four-square» zurückgreift und so all die Orte offenlegt, die der Handybesitzer beim Laufen durch die Strassen passiert: Cafés, Geschäfte, Sehenswürdigkeiten.

Ähnlich funktioniert das kleine Taschen navigationsgerät für Fussgänger «Kapten Mobility GPS», das ohne Bildschirm auskommt, die Ausgabe erfolgt per Kopfhörer. Das israelische Unternehmen Orcam Technologies hat zudem eine Mini-Kamera entwickelt, die an jede Brille passt und es Sehbehinderten erleichtert, ihnen bekannte Personen zu erkennen. Der dazu gehörige Taschencomputer ermittelt automatisch, welche Person ins Blickfeld kommt und nennt den Namen.

Und dann gibt es noch eine weitere Anwendung, die schon allein deshalb aus dem Rahmen fällt, weil hier keine Computerdaten ausgewertet werden, sondern echte Menschen helfen. Wer die innovative App «Be my eyes» installiert hat und aktiviert, sendet via Videofunktion ein Bild seines momentanen Standorts. Ein registrierter Sehender aus der ganzen Welt wird dann zugeschaltet und hilft bzw. erklärt, was auf den Klingelschildern oder der Tablettenpackung steht. 250 000 Menschen sind hier bereits registriert.

Herzlich,  
Ihre Corinna Mühlhausen