

## Verdrängungskampf im Handel

### Das Zitat



«China ist keine Quelle für Risiken, sondern für Chancen.»

Chinas Premier Li Keqiang am Ableger des World Economic Forum in Dalian. 15

**KLEIDER** Immer mehr Kleiderläden kämpfen mit rückläufigen Einnahmen. Schuld daran ist nicht nur der starke Franken. Die Kunden kaufen vermehrt online ein.

MAURIZIO MINETTI  
maurizio.minetti@luzernerzeitung.ch

Im Modegeschäft geht die Angst um. Nicht erst seit gestern befinden sich Kleiderläden unter enormem Druck. Einerseits tobt ein erbitterter Preiskampf, der vor allem den kleinen Läden zu schaffen macht. Hinzu kommt der Einkaufstourismus, der seit der Aufhebung des Euro-Mindestkurses durch die Nationalbank im Januar noch einmal merklich zugenommen hat. Und dann ist noch die Konkurrenz der Online-Shops. Das alles drückt auf die Gewinnmargen der Kleidergeschäfte.

In der Zentralschweiz mussten zuletzt einige Läden die Segel streichen. Erst vor wenigen Monaten schloss Jeans & Co in Luzern und Zug für immer die Tore. Eine Angestellte sagte Ende 2014 der «Neuen Zuger Zeitung», dass vor allem junge Kunden «die Beratung nicht mehr so sehr schätzen und lieber im Internet ihre Hosen einkaufen – oder sie fahren gleich nach Deutschland zum Shoppen.»

Nun trifft es das nächste Kleidergeschäft in der Region. Die Handelszeitung berichtete letzte Woche, dass die Hergiswiler Modekette Companys jede dritte Filiale dichtmacht. Davon betroffen sei auch jene in Luzern. Auf Anfrage präzisiert das Unternehmen, dass im Fall von Luzern nur die Schuh- und Accessoires-Filiale Colonys per Ende August geschlossen wurde, nicht jedoch die Companys-Filiale. Colonys wird jetzt als Shop-in-Shop im gegenüberliegenden Companys weitergeführt mit dem gleichen Personal. Die Companys-Filiale in Zug ist vom Abbau nicht betroffen.

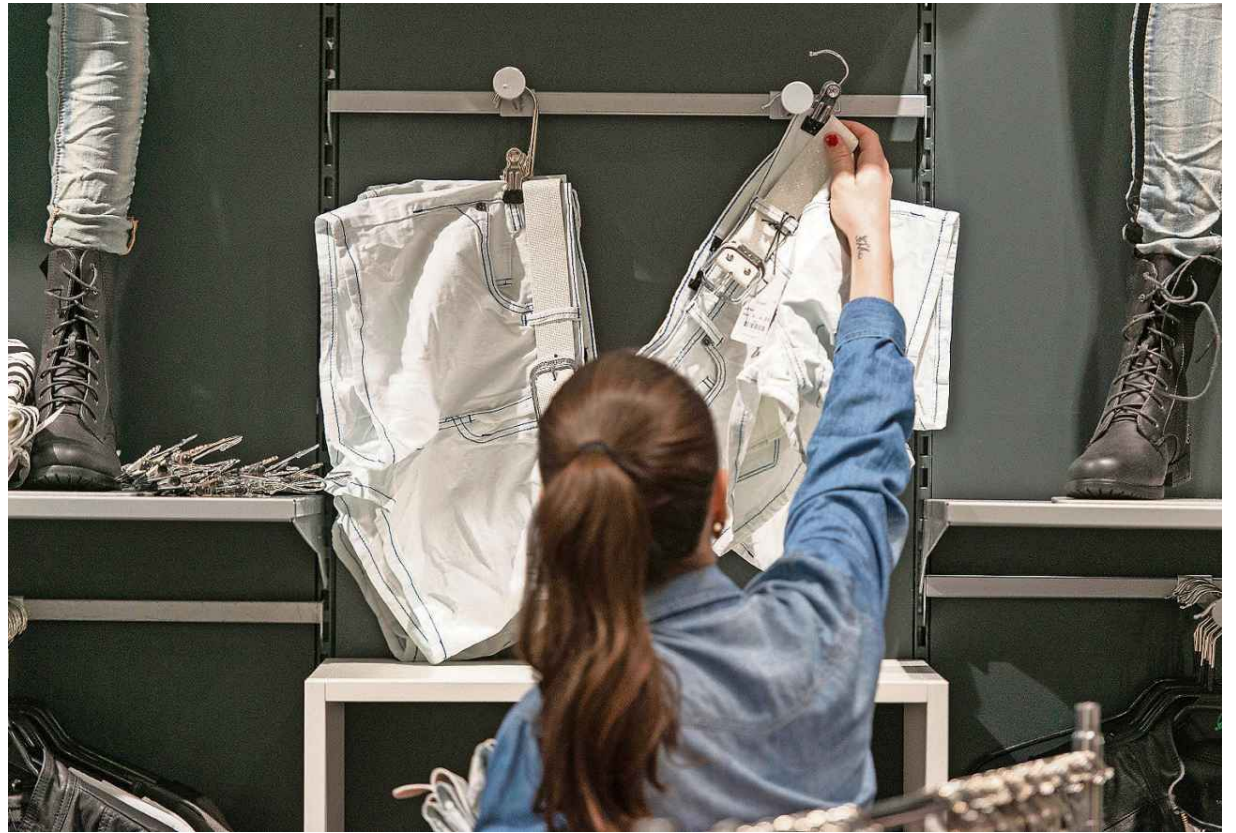
Geschäftsführer Ivo Tschümperlin gibt unter anderem dem Eurokurs die Schuld für den drastischen Schritt. «Die Nationalbank hat im Januar den Euro-Mindestkurs aufgehoben und damit dem Grenz- und Internetsopping die Türen noch weiter geöffnet, als sie ohnehin schon offen standen. Wir können uns dem nicht entziehen», sagt Tschümperlin. In den verbleibenden zehn Filialen will der Schwyzer nun das Konzept anpassen.

#### Jeder Fünfte kauft bei Zalando

Branchenkenner erstaunt diese Entwicklung nicht. Thomas Lang vom Zürcher Unternehmensberater Carpathia sagt: «Es gibt je länger, je weniger einen Grund, einen stationären Kleiderladen aufzusuchen. Vor allem die jüngere Generation hat ein total anderes Einkaufsverhalten. Die Digitalisierung im Kaufprozess ist hier in vollem Gange.»

Dies belegen auch aktuelle Zahlen. Laut diversen Studien kauften Schweizer letztes Jahr Kleider und Schuhe für über 1,3 Milliarden Franken online – Tendenz steigend (siehe Grafik).

Inbegriff für den florierenden Online-Einkauf ist der deutsche Händler Zalando. Jeder fünfte Schweizer soll schon einmal bei Zalando eingekauft haben. Im ersten Halbjahr stieg der Konzernumsatz um einen Drittel auf 1,38 Mil-

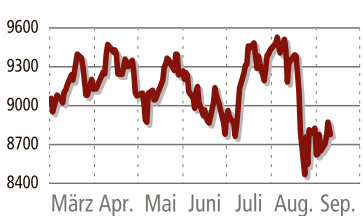


Die Preise für Kleider sind unter Druck: Chicorée – hier die Filiale im Emmen-Center – kann sich erfolgreich im Tiefpreissegment behaupten.

Keystone/Christian Beutler

### BÖRSE

SMI 8778.76 -1.05%



#### AKTIEN DES TAGES

TOP	10.09.	+/-
Orascom Dev.	12	+4.35%
VZ Holding N	281	+4.27%
Emmi N	409	+3.74%
Calida Holding	36	+3.15%
Burkhalter	107.9	+2.96%

#### FLOP

Cassiopea	37.15	-4.74%
Swissmetal Holding	0.44	-4.35%
Charles Vögele Hold.	9.51	-4.13%
Sunrise Comm.	55.35	-3.91%
Myriad Group	4.1	-3.76%

Dollar in Fr.	0.9729	-0.24%
Euro in Fr.	1.0963	+0.23%
Gold in Fr. pro kg	34510	+0.09%

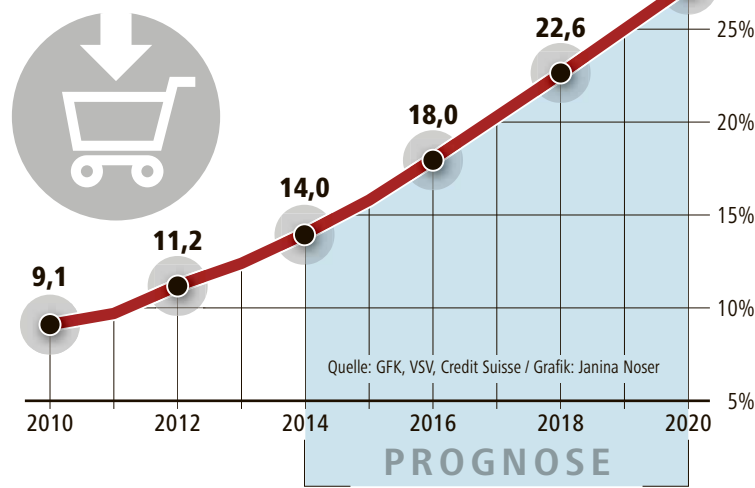
#### ZINSSÄTZE IN %

Markt	09.09.	Vortag
Geldmarkt	0.9729	-0.24%
Franken-Libor 3 Mt.	-0.731	-0.731
Franken-Libor 6 Mt.	-0.672	-0.672
Kapitalmarkt	10.09.	Vortag
Schweiz 10-j. Staatsanleihe	-0.091	-0.093
Deutschland 10-j. Staatsanl.	0.688	0.713
USA 10-j. Staatsanleihe	2.2106	2.2461

Alle Angaben ohne Gewähr. Quelle: vwd group 11/09/2015

### Online-Anteil

am Gesamtumsatz des Kleider- und Schuhhandels in der Schweiz



Quelle: GfK, VSV, Credit Suisse / Grafik: Janina Noser

liarden Euro. Schweizer Umsatzzahlen gibt Zalando nicht bekannt. Berater Thomas Lang schätzt aber, dass Zalando dieses Jahr in der Schweiz 400 Millionen Franken umsetzen wird. Seit 2012 ist Zalando im deutschsprachigen Raum profitabel, obwohl das Unternehmen mit einer Retourenquote von 50 Prozent zu kämpfen hat. Die vielen Retouren seien für Zalando allerdings «überhaupt kein Problem», heisst es aus Berlin, «denn alle Artikel in Ruhe auszuprobieren, ist genauso fester Bestandteil unseres Serviceversprechens wie der kostenlose Rückversand.» Man habe die Erfahrung gemacht, dass Kunden, die viel zurückschicken, häufig auch diejenigen seien, die wieder kommen und insgesamt mehr kaufen, sagt ein Sprecher.

#### «Seelenloser» Internet-Einkauf

Für Siegfried Uetz ist der Einkauf im Internet schlicht «seelenlos». Uetz ist

Präsident von Swiss Fashion Stores, dem Branchen-Netzwerk der Schweizer Modegeschäfte. Die Läden müssen sich seiner Meinung nach auf die menschliche Kommunikation konzentrieren. «Wir müssen mit allen Mitteln versuchen, den Konsumenten im Laden zu behalten beziehungsweise dorthin zurückzubringen», sagt Uetz. Das sei nur mit persönlichem Einsatz und der richtigen Schulung des Personals zu schaffen. «Ein Lächeln im Gesicht des Verkäufers kann Wunder bewirken», glaubt Siegfried Uetz. Den Kunden müsse der Aufenthalt in einem Geschäft Freude bereiten.

Die Ladenbetreiber selbst wissen jedoch um den Online-Boom und investieren entsprechend. So haben unter anderem Charles Vögele und PKZ Erweiterungen ihrer Internetangebote angekündigt. Auch der Schuhhändler Navyboot betreibt nach eigenen Angaben

einen «gut gehenden Onlineshop». Bei Schild heisst es auf Anfrage, man setze einen starken Fokus auf das Onlinegeschäft. «Ende des letzten Jahres wurde der Onlineshop neu überarbeitet, was sich in einer positiven Umsatzentwicklung niederschlägt. In Zukunft soll der Onlinekanal von Schild noch stärker mit dem Verkaufsgeschäft verbunden sein.

#### Rettung in der Nische?

Die Schwierigkeiten der stationären Händler hätten nicht immer zwingend mit der Europroblematik und dem Einkaufstourismus zu tun, sagt Uetz. «Eine zu starke Expansion in den Vorjahren oder schlicht das falsche Sortiment können sich ebenso negativ auswirken.» Uetz plädiert dafür, dass gerade kleine Geschäfte, die besonders unter Druck sind, sich auf Nischen spezialisieren. «Wenn ich in einem spezifischen Segment das Beste und Schönste auf lustvolle Weise anbiete, kann ich als Geschäft überleben», so Uetz.

Eine solche Nische hat Chicorée besetzt. Im Tiefpreissegment kann sich das Unternehmen nämlich behaupten. In der Zentralschweiz hat Chicorée 30 Filialen, und es sind keine Schliessungen in absehbarer Zeit geplant. «Wir arbeiten entgegen der allgemeinen Marktlage sehr positiv und verzeichnen seit mehreren Monaten zweistellige Pluszahlen im Vergleich zum Vorjahr», sagt Pascal Weber, Sohn des Firmengründers Jörg Weber.

Branchenkenner Thomas Lang sieht in der Nische durchaus eine Alternative, «aber nur für lokale und hoch spezialisierte Anbieter». Was das Argument mit dem Erlebnis und der Freude am Verkaufen betreffe, könne man entgegennehmen, dass das Online-Erlebnis je länger, je besser werde. Lang macht sich deshalb keine Illusionen: «Geld wird nicht mehr im Detailhandel ausgegeben, man holt sich dort höchstens noch die Beratung.»

#### ANZEIGE

**EGGER**  
inspiriert wohnen

**55 Jahre EGGER**  
«mitfeiern und profitieren»

MÖBEL EGGER 6274 Eschenbach/LU www.moebelegger.ch

Jetzt **20%**  
auf Polster- und Wohnzimmermöbel, Tische und Stühle\*

\*Abholrabatt auf Katalogpreise. Nicht kumulierbar mit anderen Aktionen. Wenige Marken- und bereits reduzierte Artikel, Wohnoutlet sowie Preis- und JubilHITS ausgenommen. Gültig bei Kauf/Bestellung vom 9. September bis 3. Oktober 2015.

**JUBILÄUMS-BON**

**55.-** bei Einkauf ab Fr. 500.-

Gültig auf das reguläre Möbel-Sortiment

Bei Kauf/Bestellung vom 9. September bis 3. Oktober 2015 gegen Abgabe dieses Bons. Ausgenommen bereits reduzierte Artikel, Wohnoutlet sowie Preis- und JubilHITS. Nicht kumulierbar mit anderen Aktionen. Pro Kunde nur 1x einlösbar.