



Pfister-Präsident Rudolf Obrecht im Laden am Hauptsitz in Suhr AG: «Die Leute treffen im Internet eine Auswahl und bestellen dann im Laden.»

# Couch um Couch

**Pfister** Der Platzhirsch im Möbelhandel rüstet sich für den Markteintritt von Home24. Präsident Rudolf Obrecht sagt, was Pfister dem «Zalando der Möbelbranche» voraus hat.

MARCEL SPEISER

Ein gelangweiltes Ehepaar fährt im Auto in die Ödnis einer Agglomeration. «Was machen wir hier?», fragt die Frau den Mann. «Möbel kaufen», antwortet er knapp. «Und wo sind wir hier eigentlich?» Der Mann deutet mit dem Kopf durch die Windschutzscheibe und sagt: «Am Arsch der Welt.» Die Kamera schwenkt weg vom Paar und hält auf zwei Hügel am Horizont – es ist ein Gesäss.

Die Botschaft des Werbespots von Home24 ist klar. Möbel kauft man in der heutigen Zeit nicht mehr in Einrichtungshäusern «am Arsch der Welt», sondern im Internet – bequem vom Sofa aus, ganz ohne samstägligen Stress im Möbelgeschäft. Ab nächstem Jahr verbreitet das deutsche Startup-Unternehmen die Botschaft auch in der Schweiz. Schon jetzt ist klar: Im hiesigen Markt wird es für die Anbieter noch enger, als es ohnehin schon ist.

Home24 kommt wie der Online-Modehändler Zalando aus der deutschen E-Commerce-Fabrik Rocket Internet der Gebrüder Samwer. So rasant, wie Zalando die

Schweiz erobert hat, soll sich auch Home24 hier ausbreiten. Jedenfalls sind die Pläne der Samwers gigantisch. Der Internet-Möbelhändler soll dem globalen Giganten Ikea auf die Pelle rücken und bis in vier Jahren 2,5 Milliarden Franken Umsatz machen. Gemäss einer vom «Manager-Magazin» veröffentlichten internen Rocket-Präsentation soll Home24 zum «Category Killer» bei Möbeln und Wohnaccessoires werden. Der Kampfbegriff aus dem Händlerjargon meint Firmen, die durch ihre Dominanz in einem Bereich alle anderen Anbieter abdrängen.

## «Verdrängungswettbewerb»

Noch ist Home24 weit davon entfernt. 2012 machte das Startup netto erst rund 80 Millionen Franken Umsatz. Allerdings stiegen die Verkäufe um sagenhafte 60 Prozent. Das Sortiment von 50 000 Artikeln hat in anderthalb Jahren über eine halbe Million Kunden gefunden. Nach der Lancierung in Deutschland, Frankreich, Holland und Österreich soll das Wachstum nun hierzulande fortgesetzt werden. «Die Schweiz ist für uns ein sehr interes-

santer Markt mit viel Potenzial. Vor allem weil das Thema Möbel-Online-Kauf noch kaum erschlossen ist», gibt Home24-Geschäftsführer Felix Jahn den Tarif durch.

Im Visier haben Jahn und die Samwers in der Schweiz vor allem den lokalen Marktführer – Pfister. Das 131-jährige Unternehmen spielt mit einem Umsatz von fast 630 Millionen Franken und 22 Läden allerdings in einer anderen Liga.

Dennoch nimmt Rudolf Obrecht, Verwaltungsratspräsident der Muttergesellschaft Pfister Arco Holding, den neuen Mitbewerber ernst. «Der Schweizer Markt ist ein Verdrängungswettbewerb», stellt er nüchtern fest. Wachstum sei nur auf Kosten der Konkurrenz möglich. Pfister spielt dabei erfolgreich: «Wir sind letztes Jahr um 4 Prozent schneller gewachsen als der Markt, haben 10 Prozent mehr Kunden bedient und in der Logistik 17 Prozent mehr umgeschlagen.» Das sei «eine gute Leistung», urteilt Obrecht. Die Marktdaten von GfK bestätigen sein Urteil. Neben Pfister ist 2012 nur Ikea und Lipo ein Umsatzplus gelungen. Insgesamt ist der Markt geschrumpft – auch im ersten Halbjahr 2013.

Für Präsident Obrecht ist klar, wie Pfister auch in Zukunft erfolgreich bleibt. «Wir müssen im Cross-Channelling führend sein.» Damit ist die Verbindung der stationären Filialen mit dem Internet-Geschäft gemeint. «Alles, was auf dem Netz ist, muss auch im Laden sein. Was künftig nicht online ist, wird nicht mehr verkauft.» Im laufenden Jahr investiert Pfister deshalb viel Geld in den Online-Auftritt. «Konkrete Zahlen geben wir nicht bekannt», sagt Obrecht. Es gehe aber um «sehr grosse Investitionen und sehr viel Manpower».

Insgesamt steckt die Firma, die der Stiftung des Gründers Fritz Gottlieb Pfister gehört, dieses Jahr rund 30 Millionen Franken in den Umbau von Möbelhäusern und in die Weiterentwicklung des Online-Shops. Dies, obwohl laut Schätzungen maximal 3 Prozent des Branchenumsatzes von 4,4 Milliarden Franken online erwirtschaftet werden. Das entspricht rund 130 Millionen. Laut der E-Commerce-Beratungsfirma Carpathia streiten sich in der Schweiz rund zwei Dutzend Shops um diesen Kuchen. Wie viel Pfister davon für sich beansprucht, verrät Obrecht nicht.

Klar ist für ihn, dass es Anbieter ganz ohne stationäre Filialen wie Home24 schwer haben werden. «Wir stellen fest, dass ein reines Online-Geschäft im Bereich Möbel ein schwieriges Thema ist – ein ganz schwieriges Thema.» Die Kunden würden ihre Möbelstücke anschauen, anfassen, erleben und ersitzen wollen. Deshalb würden auch immer mehr Online-Händler Ausstellungsräume und Läden eröffnen. «Auch die müssen ihre Möbel zeigen. Beim Möbelkauf spielt ja der Tastsinn eine Rolle», sagt Obrecht. «Je wertiger ein Möbel, umso mehr.»

Der Pfister-Präsident argumentiert damit ähnlich wie Modehändler vor dem steilen Aufstieg von Zalando. Online-Kunden allerdings bestellen heute selbst teure Kleider, probieren sie zu Hause und schicken sie bei Nichtgefallen einfach zurück – es ist ja gratis. Dem hält Obrecht seine Kundenbeobachtungen entgegen: «Über die Hälfte der Leute, die zu uns in die Filialen kommen, haben sich zuvor auf der Website informiert. Sie kommen in den Laden, obwohl sie auch online bestellen

könnten. Sie treffen im Internet eine Auswahl und lassen sich im Laden beraten.»

Welche Folgen der Start von Home24 für den Schweizer Möbelmarkt (siehe Kasten) und etablierte Händler wie Pfister haben wird, ist selbst für Fachleute wie Thomas Lang von Carpathia schwer abzuschätzen: «Aber es dürfte ähnliche Dimensionen annehmen, wie es Zalando in der Modebranche vorerzählt hat.»

## Erfolg bei «grossen Dingen»

Matchentscheidend wird die Logistik. «Das Problem in der Schweiz sind die im Vergleich zu anderen Ländern sehr hohen Zustellkosten von Grossmöbeln – man braucht zwei Mann», sagt Versandhandlungsexperte Patrick Kessler. Für ihn hat

Home24 «bei postfähigen Möbeln, die als Sperrgut qualifiziert sind, sehr viel Potenzial. Sobald es aber an die grossen Dinger geht, wird es richtig teuer.» Gemäss Angaben von Home24-Chef Jahn sind es aber gerade grosse Teile, die bei ihm online

besonders gut laufen – Betten, Schränke, Sofas, Tische. Home24 bietet wie Zalando eine Gratislieferung. Und selbst die Kosten für die Rücksendung bei Nichtgefallen übernimmt das Unternehmen.

Pfister-Präsident Obrecht vertraut derweil auf seine eigene kostenpflichtige, aber eingespielte Logistik. «Wer online Möbel verkauft, muss auch liefern können», sagt er. «Möchten Sie Ihr Sofa in der Monte-Rosa-Hütte haben? Kein Problem. Pfister macht das.» Man sei das einzige Haus in der Schweiz, das jede Postleitzahl mit eigenem Fachpersonal anfähre. «Man muss transportieren, aufbauen, montieren, erklären. Für Branchenfremde ohne eigene Logistik ist das schwierig. Drittlogistiker können das nicht so gut wie wir als spezialisierte Organisation.»

Home24 arbeitet in Deutschland mit dem Logistiker Rhenus zusammen. Ob das Unternehmen auch in der Schweiz zum Zug kommt, ist gemäss Rhenus Alpina in Basel noch nicht klar. Man habe sich um den Auftrag beworben, teilt das Unternehmen mit. Ein Entscheid sei noch nicht gefallen. Möglich bleibt, dass Home24 wie Zalando den hiesigen Markt direkt von Deutschland aus bedienen wird.

## MÖBELBRANCHE SCHWEIZ

### Migros-Möbelhändler Interio in Bedrängnis

**Markt** Der Markt für Möbel, Teppiche und Accessoires ist in der Schweiz rund 4,4 Milliarden Franken schwer. Doch die Verkäufe sind unter Druck. Letztes Jahr schrumpfte der Gesamtmarkt leicht. Im ersten Halbjahr 2013 setzte sich dies fort. Gemäss den Daten der Marktforscher von GfK fiel der Absatz im Bereich Haushalt/Wohnen um 1,8 Prozent. Andere Erhebungen sehen das Minus gar bei 2,3 Prozent. Auch der Juli sei katastrophal gelaufen, ist in der Branche zu hören. Die Umsätze seien um 5 Prozent gesunken.

**Besserung** Der schwedische Riese Ikea ist schon seit Jahren klar die Nummer eins im Schweizer Markt. In einer ähnlichen Umsatzliga spielt nur noch der Schweizer Platzhirsch Pfister. Die grossen Detailhändler Coop und Migros sind mit ihren Formaten Toptip respektive Micasa, Interio und Depot gut in den Top Ten vertreten. Allerdings haben sie

### Die grössten Schweizer Möbelhändler

	Umsätze in Millionen Franken		
	2010	2011	2012
1 Ikea	971	999	1020
2 Pfister	623	611	627
3 Conforama	326	324	324
4 Micasa	261	261	261
5 Toptip	239	241	231
6 Interio	270	207	189
7 Otto's	182	180	177
8 Lipo	109	116	125
9 Fly	128	118	102
10 Depot	-	48	44

QUELLE: GfK

die Verkäufe in den letzten Jahren bestenfalls halten können. Insbesondere die Migros-Kette Interio hat in den letzten beiden Jahren dramatisch an Umsatz eingebüsst – um 30 Prozent. Zurzeit bewegt sich Interio noch unter Vorjahr, allerdings nur knapp. Von der Migros ist zu hören, dass die Ertragswende noch nicht geschafft, aber auf

gutem Weg sei. Insbesondere der neue Online-Shop gebe Anlass zur Hoffnung. Obwohl ihn Interio noch nicht beworben hat und er noch nicht das ganze Sortiment abbildet, erreicht er an gewissen Tagen bereits mehr Umsatz als die schlechteste Filiale. Um die Ertragslage weiter zu verbessern, wollen Interio und Micasa in der Logistik enger zusammenarbeiten. Angesichts der ermutigenden Zeichen hält die Migros weiterhin zu ihrem Sorgenkind. Ein bereits einmal angedachter Verkauf sei weder dieses noch nächstes Jahr ein Thema, ist zu hören.

**Online** Laut Angaben der E-Commerce-Beratungsfirma Carpathia sind zwei Dutzend Möbelhändler mit Internetshops aktiv. Im Vergleich zum Ausland ist der Internetverkauf in der Schweiz noch wenig verbreitet. Er kommt auf einen geschätzten Anteil von höchstens 3 Prozent.