

# Wirtschaft

## 160 Stellen

von insgesamt 520 baut Novartis am Standort Wehr in Süddeutschland ab. Der Bereich Verpackung soll bis 2022 an andere Standorte verlagert werden. In Wehr bleiben Marktneueinführungen und die Herstellung von Produkten mit hoher Wertschöpfung. (sda)

### Aktien Top

|                |       |        |
|----------------|-------|--------|
| Comet Hold. N  | 162   | +3.91% |
| Temenos N      | 126.9 | +3.42% |
| Bachem Hold. N | 137.1 | +3.16% |

### Aktien Flop

|                    |       |        |
|--------------------|-------|--------|
| Leonteq N          | 57.5  | -5.43% |
| Kudelski I         | 11.7  | -3.31% |
| Molecular Partn. N | 25.85 | -3.18% |

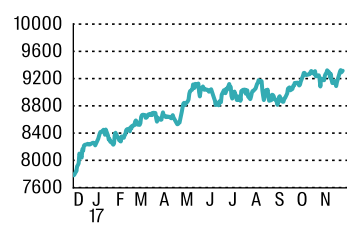
### Devisen und Gold

|                    |        |        |
|--------------------|--------|--------|
| Dollar in Franken  | 0.9819 | 0.0%   |
| Euro in Franken    | 1.1638 | +0.32% |
| Gold in Fr. pro kg | 40 497 | -0.26% |

### Zinssätze in %

|                 |         |         |
|-----------------|---------|---------|
| Geldmarkt       | 22.11.  | Vortag  |
| Fr.-Libor 3 Mt. | -0.751  | -0.751  |
| Fr.-Libor 6 Mt. | -0.6558 | -0.6558 |

SMI +0.26%  
9315.56



Ohne Gewähr. Quelle: vwd group 24112017

«Wir können unseren Bedarf nicht abdecken.»

Die miserable Mostobst-Ernte zwingt Ramseier-CEO Christian Consoni zum Import von Konzentraten. 10



## Rote Zahlen am Schwarzen Freitag

**Black Friday** Der amerikanische Shoppingtag hat sich in den letzten Jahren auch in der Schweiz etabliert. Nicht alle freuen sich darüber: Der Tag bringt zwar Umsatz, zerrt allerdings am Gewinn.

Federico Gagliano

Spätestens seit diesem Jahr steht fest: Black Friday ist inzwischen auch in der Schweiz ein Datum, das sich viele dick im Kalender anstreichen. Immer mehr Detailhändler locken mit Schnäppchen und Sonderangeboten. Die Seite swiss.blackfriday listet über 200 Geschäfte, die bei der Preis-schlacht mitmachen. Während man aber den Tag oft mit Bildern aus den USA von Randalen um billige Fernseher assoziiert, geht es hierzulande gesitteter zu und her. Besonders, da die Schlacht eher online stattfindet.

Letztes Jahr machte sich dies durch mehrere überlastete Webseiten bemerkbar: Bereits kurz nach Mitternacht stürzten die Online-Shops von Manor, Interdiscount, Melectronics und Microspot unter einer Flut von Zugriffen zusammen. Das scheint dieses Jahr nicht anders zu sein: Interdiscounts Shop brach gestern zusammen. Der Elektronikhändler bietet in dieser Woche als Teil seiner «Black Friday Week» das Halbtax der SBB zum halben Preis an – allerdings nur für Neukunden. Die Gutscheine waren rasch ausverkauft, inzwischen wurde Nachschub geliefert.

Profitieren die Händler überhaupt vom «umsatzstärksten Tag» des Jahres, wie der Black Friday oft und gerne in Pressemitteilungen genannt wird? «Es ist ein gefährliches Spiel. Bei vielen Promotionen legen die Händler drauf oder haben Zuschüsse von den Lieferanten erhalten», erklärt Thomas Lang, Gründer und Chef des E-Commerce-Beratungsunternehmens Carpathia. Und weiter: «Von Umsatz alleine hat noch kein Händler gelebt – der Handel lebt von Marge. Kommt hinzu, dass diese Umsätze in den Folgewochen vor Weihnachten fehlen, weil sich viele Kunden da bereits mit ihren Geschenken eingedeckt haben.» Seine Meinung teilt Jelmoli-Chef Franco Savasta-



Von einem derartigen Kundenzulauf können Schweizer Detailhändler aktuell nur träumen: Warteschlange vor dem Elektronikgeschäft Best Buy in der US-Stadt South Portland am Black Friday des vergangenen Jahres. Bild: Brianna Soukup/Getty

no, der kürzlich gegenüber der «Handelszeitung» seinem Unmut gegenüber dem Black-Friday-Trend Luft machte.

### Ein Black Friday am 1. August?

Aus ökonomischer Sicht macht der Tag also nicht viel Sinn – woher rührt dann der Gruppenzwang? «Satte Rabatte kommen bei der Kundschaft selbstverständlich immer gut an, und niemand will den Umsatz an die Mitbewerber verlieren. So kann ich mir erklären, warum fast alle mitmachen», sagt Lang.

Mit der richtigen Strategie könne man aber auch vom Black Friday profitieren: Lang rät beispielsweise, nur ganz wenige

Hammerangebote zu kreieren, falls möglich sogar mit Unterstützung der jeweiligen Lieferanten oder Marken. Oder noch besser: «Gar nicht mitmachen und über das ganze Jahr ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis präsentieren.» Trotzdem glaubt Lang, dass Black Friday hier ist, um zu bleiben: «Es ist sehr schwierig, so etwas wieder zurückzuziehen. Denn ein Mitbewerber wird immer mitmachen und dann die Kunden für sich gewinnen, zumindest an diesem Tag.»

Black Friday bleibt aber ein Fremdkörper in der Schweiz – und hat seine finale Form noch nicht gefunden: Händler experimentieren deshalb noch damit: Manche strecken die Angebote über das

Wochenende hinaus oder wie Interdiscount über die ganze Woche. Andere wechseln den Tag: Media-Markt startete gestern den «Red Thursday» mit eigenen Angeboten. Der ursprüngliche Black Friday funktioniert in den USA hauptsächlich wegen des verlängerten Thanksgiving-Wochenendes – was sich hier nicht ohne weiteres kopieren lässt.

Eine Schweizer Variante des Black Friday könnte für die hiesigen Händler erfolgversprechender sein als die aktuelle Version. Doch welches Datum eignet sich dafür am besten? «Ich würde den Tag nicht ins Weihnachtsgeschäft legen, sondern um den 1. August. Damit könnte man die Sommerflaute und das

immer etwas schwierigere 3. Quartal beleben», meint Lang.

### Konsumenten sollen gezielt einkaufen

Des Händlers Leid ist zwar des Käufers Freude, trotzdem ist beim Black-Friday-Shopping Vorsicht geboten. Nicht alle Angebote sind auch wirklich Schnäppchen: Es lohnt sich, den Preis eines Produkts bei mehreren Anbietern zu vergleichen.

Zum Teil werden die Rabatte auf die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers gegeben, welche oft über dem tatsächlichen Ladenpreis liegt. Lang rät zusätzlich, gezielt vorzugehen und nur Dinge zu kaufen, die man auch wirklich braucht.

## Weko geht gegen Autozulieferer vor

**Untersuchung** Die Eidgenössische Wettbewerbskommission (Weko) hat eine Untersuchung gegen die Bucher AG Langenthal und die Brenntag Schweizerhall AG eröffnet, die das Abgasreinigungsmittel Adblue in der Schweiz vertreiben. Es bestünden Anhaltspunkte, dass die Unternehmen beim Vertrieb des Mittels, das bei Dieselmotoren eingesetzt wird, die Kunden unter sich aufgeteilt hätten, hiess es in einem gestern veröffentlichten Communiqué. Dies wäre ein Verstoß gegen das Kartellgesetz.

In einer Untersuchung wollen die Wettbewerbsbehörden prüfen, ob der Mineralöl- und Schmierstoffhändler Bucher Motorex und der weltgrösste Chemikaliengrosshändler Brenntag hierzulande verbotenerweise Absprachen getroffen haben. Beide gelten als bedeutende Player beim Vertrieb von Adblue in der Schweiz. (sda)

## Tutti-Chef geht zu Ricardo

**Marktplatz** Francesco Vass wechselt von der Spitze des Kleinanzeigenportals tutti.ch zum Online-Marktplatz ricardo.ch. Vass wird ab 1. Januar 2018 zum neuen Ricardo-Chef. Er folgt auf Bodo Kipper, der die Leitung aus privaten Gründen abgibt. Unter seiner Führung werde ein grundlegender Umbau des Portals gestartet, heisst es in einer Mitteilung der Ricardo-Gruppe. Der gebürtige Tessiner Vass ist 43 Jahre alt. Sowohl die Ricardo-Gruppe als auch tutti.ch gehören seit 2015 zum Medienkonzern Tamedia. (sda)



Francesco Vass (43). Bild: DP

ANZEIGE

# Diamantri

ZUGREIFEN, BEVOR ES ZU SPÄT IST.

Uhren & Schmuck  
mit bis zu 80% Rabatt.  
Schweizerhofquai 4,  
6004 Luzern.  
www.embassy.ch

13. NOV. - 16. DEZ.

LUXURY  
OUTLET

BY EMBASSY