

Detailhandel Der perfekte Sturm

Sigmund Freud sagte: «Der Mensch ist ein unermüdlicher Lustsucher, und jeder Verzicht auf eine einmal genossene Lust wird ihm sehr schwer.» Der Schweizer Handel kann davon ein Lied singen. Die Lust, im alltäglichen Einkauf grosse Summen zu sparen, hat viele Konsumenten immer öfter in die grenznahen Einkaufsgebiete gedrängt. Vom starken Franken getrieben, hat ein ökonomischer Erdbeben die Schweizer Einkaufszentren und Geschäfte teilweise leergefegt, während die Warteschlangen an den Kassen in Frankreich, Deutschland, und Österreich immer länger wurden.

Das Forschungszentrum für Handelsmanagement der Universität St. Gallen hat das Phänomen des Einkaufstourismus unter die Lupe genommen und quantifiziert. Herausgekommen ist eine grosse Zahl: 9 Milliarden Franken. So hoch ist der geschätzte Verlust im Stationärhandel in den fünf untersuchten Segmenten Lebensmittel, Drogerieartikel, Bekleidung, Sportartikel, und Möbel. Die Summe von 9 Milliarden entspricht einem Anstieg von satten 10 Prozent zum Vorjahr.

Zwei Fünftel der Nachfrage nach Sportartikeln im Ausland gedeckt

Dabei litt die Lebensmittelbranche am stärksten. Der geschätzte Branchenverlust von 3,4 Milliarden Franken rührte von einer hohen Frequenz der Auslandeinkäufe. Die Befragten bezifferten die durchschnittliche Anzahl an Auslandeinkäufen für Lebensmittel im Stationärhandel auf zehnmal pro Jahr. Der durchschnittliche Warenkorbbetrag war dabei rund 150 Franken. Möbel und Bekleidung wurden ebenfalls in zehnstelliger Höhe im Ausland bezogen – konkret für rund 1,9 und 1,7 Milliarden Franken.

Relativ gesehen waren aber Drogeriebetreiber und Sportartikelhändler am stärksten vom Einkaufstourismus betroffen. Um die 44 Prozent des schweizerischen

Severin Bischof
Forschungszentrum für
Handelsmanagement,
Universität St. Gallen



Thomas Rudolph
Forschungszentrum für
Handelsmanagement,
Universität St. Gallen



«10 Prozent der Schweizer sind Mitglieder bei Amazons Loyalitätsprogramm Amazon Prime.»

Gesamtdarfs wurden hierbei im Ausland gedeckt, was sich auf 1,2 und 0,9 Milliarden Franken belief.

Viele Einkaufstouristen bestellten Waren bei Online-Händlern aus dem umliegenden Ausland. Gerade bei Möbeln, Mode und Sportartikeln belief sich der über das Internet abgewickelte Einkaufstourismus auf 20 bis 30 Prozent des Gesamtausgabebetrags. Von den Auslandsausgaben für Lebensmittel und Drogerieartikel kamen lediglich 2 bis 6 Prozent über Online-Wege zustande. Sowohl die Modebranche als auch die Möbelindustrie litt unter der Leichtigkeit, mit der auf ausländischen Websites bestellt werden kann; sie verloren so je rund 400 Millionen Franken pro Jahr.

Der Trend, online Einkäufe bei ausländischen Händlern zu tätigen, scheint zur Gewohnheit zu werden. Knapp 55 Prozent der Konsumenten haben bereits Bekleidung bei ausländischen Online-Anbietern eingekauft. Im Vergleich zu 2015 ist dies ein Anstieg um mehr als 12 Prozentpunkte. Gleichermassen wie die Bedarfsdeckung ist auch die Einkaufshäufigkeit im Vergleich zu 2015 angestiegen. Der mit grossem Abstand beliebteste ausländische Online-Anbieter ist Amazon. 10 Prozent

der Schweizer Bevölkerung verfügten über einen Zugang zu Amazons Loyalitäts- und Mehrwertabonnement Amazon Prime. Das bedeutet, dass rund 800 000 Schweizer auch in Zukunft via Internet im Ausland einkaufen werden.

Schweizer überschätzen die Preisunterschiede zu Deutschland massiv

Doch gerade beim Preis schneiden Schweizer Händler besser ab, als es in den Köpfen vieler Schweizer verankert ist. In allen Branchen ausser bei Lebensmitteln liegt der reale Preisunterschied zwischen Produkten in der Schweiz und solchen aus Deutschland deutlich unter der von Käufern geschätzten Preisdifferenz. Der Einkaufstourismus profitiert also von einer zu bescheidenen Kommunikation der Mehrwerte von Schweizer Händlern.

Der Schweizer Handel muss also die freudliche Lust am Sparen durch die Lust am Erlebnis der besonderen Art und durch Mehrwertkonzepte übertrumpfen. Der Handel sollte diejenigen inspirieren, die das gewisse Etwas und das einzigartige Erlebnis beim Einkauf suchen.

MEHRWERT (49)

Mein fiktives Tagebuch zum WEF

RICCARDA MECKLENBURG

Der berühmte Geist von Davos ist dieses Jahr Frau Holle. Stundenlanges Schneefall verhinderte mein Ankommen. Nach kilometerlangen Staus Eintreffen in der Ein- und Ausfahrt. Zu Beginn nicht klar, ob ich als Fahrer, Personenschützer oder Schneeschaufler eingesetzt werde. Hoffe auf Zweites. Fahren lieber nicht. Schneeschaufler uncool. Habe Glück: Werde einer indischen Delegation zugewiesen. Einziges Problem: die Schuhe der Inder. Die dünnen, glatten Sohlen lassen die Gäste unwürdig rumrutschen. Ich schlage vor, dass wir Fakirausrüstung für ihre Schuhe kaufen. Begeistertes Gelächter.



Ansonsten geht nichts mehr. Der Verkehr bricht zusammen. Eine Katastrophenmeldung nach der anderen: Lawinengefahr, Bahnunterbrüche, fest-

«Mir schwirrt der Kopf, mich trifft etwas Hartes.»

steckende Busse. Die Schneewände türmen sich auf zwei Meter. Dazwischen die Autokolonnen und Fussgänger. Ein Kollege erzählt, dass er Shakira begleitet hat. Ein anderer war bei Elton John. Bin neidisch. Meine Inder sind inzwischen müde. Habe sie im Hotel abgegeben.

Einsatz Tag zwei: Das tolle Wetter zieht auch noch Skifahrer an. Trottoirs voll mit Leuten, stehende Autokolonnen, Schneeräumfahrzeugen, Lieferwagen, dazwischen Skifahrer und Lieferanten mit Kisten in den Händen. Es taut, Dachlawinen drohen tonnenschwer.

Begleite inzwischen einen VIP von Auftritt zu Auftritt. Sehr netter asiatischer Herr. Er erzählt von zunehmender Ungleichheit in seiner Welt, von Kapitalgebern, die unverhältnismässig vom Wachstum profitieren, Unternehmen, die Steuerzahlungen vermeiden und Löhne drücken, Arbeitern, die vom Wachstum nicht profitieren. Staaten, die dadurch kein Geld für Bildung und Infrastruktur haben. Dadurch seien die Menschen empfänglicher für Populismus. Das destabilisiere Staaten weiter und mache die Reichen reicher. Kurz bevor mir der Kopf schwirrt, trifft mich etwas Hartes, Schweres auf denselben. Mir wird schwarz vor Augen. Im Spital sagten sie mir, dass mich eine Dachlawine erwischt habe. Daher habe ich neben Shakira und Elton John auch noch Trump verpasst.

Riccarda Mecklenburg, Mitglied Verband Frauenunternehmen, Founder CrowdConsult.ch.

Ungleichheit Die Mittelschicht ist wichtig!

Der Glaube, dass Ungleichheit dem Wirtschaftswachstum schadet, gewinnt unter politischen Entscheidungsträgern an Zustimmung. Einige argumentieren mit Nachdruck, ein hohes Mass an Ungleichheit könne ein nachhaltiges Wachstum unmöglich machen und vielleicht sogar zu Rezessionen beitragen. Diese Ansicht steht in kräftigem Widerspruch zur traditionellen Sichtweise, dass es einen Zielkonflikt zwischen Gleichheit und Wachstum gebe und dass grössere Ungleichheit der Preis sei, den man für eine höhere Produktionsleistung zahlen müsse.

Doch ist das für wirtschaftspolitische Entscheidungen tatsächlich von Belang? Ich glaube nicht. Ob Ungleichheit für das Wachstum gut oder schlecht ist, damit sollten sich auch künftig die Gesellschaftswissenschaften beschäftigen. Die Lenker einer Volkswirtschaft jedoch sollten sich auf die Bewertung der Ergebnisse und Verteilungsmethoden konzentrieren statt auf ein Rätsel, das sich nie vollständig lösen lassen.

Drei Entwicklungen machen diese Fokusänderung nötig. Zunächst einmal sind jüngste Studien zwar zum Schluss gekommen, dass höhere Ungleichheit ein geringeres langfristiges Wachstum bewirkt, doch stellen andere Daten diese Annahme infrage und stellen definitive Aussagen auf, die man unter anderem deshalb unmöglich unterstützen kann, weil unterschiedliche Quellen und Arten von Ungleichheit unterschiedliche Auswirkungen auf das Wachstum haben dürften. Zweitens konzentrieren sich die meisten Untersuchungen



«Politiker sollten auf die Durchschnittseinkommen achten.»

Jason Furman
Professor für Wirtschaftspolitik, Harvard

auf die Auswirkungen der Ungleichheit auf das Wachstum und nicht darauf, wie konkrete politische Massnahmen das Wachstum beeinflussen. Ersteres ist für Gesellschaftswissenschaftler interessant, doch für politische Entscheidungsträger ist Letzteres relevant.

Wenn es den Haushalten in der Mitte besser geht, erfüllt die Politik ihre Aufgabe

Und schliesslich verteidigen die Politiker ihre Politik im Allgemeinen mit deren Auswirkungen auf die Mittelschicht und die Armen und nicht mit dem Zurückgreifen auf das arithmetische Mittel der Einkommen in einer Volkswirtschaft, das eine Einkommenszunahme um 1 Dollar für einen armen Menschen und für einen Milliardär genau gleich gewichtet. Selbst wenn die Verringerung der Ungleichheit also schlecht für das Gesamtwachstum wäre, könnte sie trotzdem gut für das Gemeinwohl im relevanten Sinne sein, wenn sie dazu

führen würde, dass es Haushalten in der Mitte besser geht. Tatsache ist, dass die Wirtschaftspolitik in der realen Welt nuanciert und standortspezifisch abläuft, was die Suche nach einer einzigen Antwort auf die Frage, wie – und wie stark – die Ungleichheit das Wachstum beeinflusst, zu einer Sisyphos-Aufgabe macht. Statt sich damit zu befassen, wie man Wachstum und Ungleichheit ins Gleichgewicht bringen kann, wären die politischen Entscheidungsträger besser beraten, sich darauf zu konzentrieren, wie ihre Politik die Durchschnittseinkommen und andere Indikatoren beeinflusst.

Verteilmechanismen, die gleichzeitig für Wachstum sorgen und die Ungleichheit reduzieren, sind am einfachsten zu bewerten und ihre Umsetzung bringt die meisten Vorteile. Ein klassisches Beispiel hierfür ist die Bildung. Reformen wie etwa Qualitätsverbesserungen bei der Grund- und Sekundarschulbildung, die wenig oder gar nichts kosten, fördern das Wachstum und verringern die Ungleichheit.

DIALOG



HZ Nr. 2 11.1.2018
«Reich und betrogen»
Dass bei manchen älteren Menschen der faktische Entzug ihres freien Willens gelingt, ist eine reale Bedrohung – und das gilt nicht nur für Uralte und Schwerreiche. Der gute Glaube wächst manchmal mit zunehmendem Alter, wird von Interessierten ausgenutzt und Vorgänge wie die im Artikel beschriebenen laufen auch im Mittelstand ab. Das Problem liegt in der Zurückhaltung

der Gerichte, Verfügungsunfähigkeit, mangelhaften Willen, Rechtswidrigkeit oder Unsittlichkeit des Testaments und seines Zustandekommens anzunehmen. Der einschlägige Artikel 519 des Zivilgesetzbuches hätte zum Zweck, die freie Willensbildung der Testatoren zu schützen. Die Gerichte gewichten den Schutz von Bestimmungen eines formell gültigen Testaments jedoch höher (in favorem testamenti) als den Schutz der freien, das heisst unbeflussten Willensbildung. Felix Hunziker-Blum



HZ Nr. 3 18.1.2018
«Netflix beeindruckt mit neuem Börsenwert»
Abo beim Fernsehen funktioniert ja nicht! #NoBillag
Netflix: Börsenwert steigt über 100 Milliarden Dollar
Roger Albani
@rogeralbani

HZ Nr. 3 18.1.2018
«Schweiz mit den grössten ICO»
Die grössten ICO kommen aus der Schweiz – via @Handelszeitung. Guter Artikel unter anderem mit

@obussmann! Viele denken, die Schweiz ist nur für Schoggi und Uhren bekannt. ABER: @thecryptovalley ist parat und weltweit führend bei #blockchain #Kryptowährungen und #ICOs!
Jürgen Kob
@JuergenKob

HZ Nr. 3 18.1.2018
«Hermann Hess übt Kritik an der FDP»
Ex-FDP-Nationalrat Hermann Hess: «Unternehmer nicht besonders willkommen» – via @Handelszeitung
Barbara Steinemann
@BarbaraSteinemann



HZ Nr. 3 18.1.2018
«Wer arbeitet am meisten pro Jahr?»
Es kann nicht sein, dass Österreich mehr arbeitet als die Schweiz :-)
Stefan Resl

HZ Nr. 3 18.1.2018
«Hermann Hess übt Kritik an der FDP»
Gutes Interview; ich kann mir lebhaft vorstellen, wie sich die Politiker an gewichtigen Fragen wie der dreiminütigen Verspätung des Interregio festkrallen

und die brennenden, aufwendigen Themen gerne auf die lange Bank schieben.
Roman Bolli

HZ Nr. 3 18.1.2018
«EU will Plastikabfälle noch mehr eindämmen»
Die Politik hat es einfach nicht verstanden, es muss immer der Endverbraucher die Rechnung bezahlen, und dies ist eine riesen Sauerei, weil der Endverbraucher bei vielen Dingen nicht einmal eine Wahl hat. Die Politik muss die Produzenten ins Visier nehmen und nicht den Endverbraucher.
Daniel Lüthi

Schreiben Sie uns

Ihre Meinung ist uns wichtig. Wir freuen uns über Kritik, Lob und Anregungen über folgende Kanäle:

E-Mail: redaktion@handelszeitung.ch
Twitter: twitter.com/handelszeitung
Facebook: facebook.com/handelszeitung
Online: Posten Sie Ihre Meinung auf www.handelszeitung.ch unter einen Artikel