

# Nur Discounter haben noch richtig Aufwind

**DETAILHANDEL** Der Schweizer Detailhandel ist keine Wachstumsgeschichte mehr. Der Umsatz schrumpft. Einzig Discounter und der Onlinehandel gehören noch zu den Gewinnern.

Die neue Realität des traditionellen Schweizer Detailhandels heisst Stagnation. Der Gesamtumsatz dürfte dieses Jahr zum dritten Mal in Folge schrumpfen, wie Thomas Hochreutener, Direktor Handel der Marktforschung GfK, erwartet. Die grossen Gewinner sind die Discounter sowie der Onlinehandel. Wirklich mehr Käufer in die Läden bringen nur die Discounter. Deutlich gestiegen sind die Umsätze auch im Onlinehandel (plus 8,3 Prozent) und vor allem ausserhalb des Detailhandels.

«In der Schweiz leben seit 1990 ein Viertel mehr Leute, real ha-

ben sie im Detailhandel seither nicht mehr ausgegeben», sagte Hochreutener an der GfK-Handelstagung gestern in Zürich. Dafür wendeten sie mehr auf für Freizeit, Mobilität und anderes.

## Schwergewichte rückläufig

Viele Detailhändler seien markant im Minus. Anders sieht es aus bei den Discountern: Lidl ist mit einer Umsatzzunahme von 10 Prozent auf 960 Millionen Franken letztes Jahr schneller gewachsen als die Konkurrenz. Der deutsche Harddiscounter schneidet damit auf Platz 9 (2015: Platz 12) unter den Top 10 der Schweizer Detailhändler ab.

Der drittplatzierte, Denner, steigerte den Umsatz um 1,9 Prozent auf 3,2 Milliarden Franken. Aldi auf Platz 4 legte um 3 Prozent auf 1,9 Milliarden Franken zu. «Offenbar haben die Migros- und Coop-Kinder auch auf Aldi

angesprochen», kommentierte Hochreutener. Vom Erfolg der Discounter und vom zunehmenden Billigtrend profitieren nicht nur die Grossen. So erhöhte etwa Otto's den Umsatz um 4,6 Prozent auf 679 Millionen Franken. Conforama wiederum machte 1,2 Prozent vorwärts (498 Millionen Umsatz). Die Billiglinien von Migros und Coop, Prix Garantie und M-Budget, folgten dem Dis-

«In der Schweiz leben seit 1990 ein Viertel mehr Leute, real haben sie im Detailhandel seither nicht mehr ausgegeben.»

*Thomas Hochreutener*

counttrend aber nicht, sie seien rückläufig, sagte Hochreutener weiter. Mit ein Grund dafür sei, dass die Marktleader ihre qualitativen und nachhaltigen Produkte mehr bewürben und ausbauten. Die Umsätze der unangefochtenen Marktleader Migros und Coop gaben um 0,2 respektive 0,3 Prozent nach. Insgesamt schrumpfte der Schweizer Detailhandel um 1,5 Prozent. Im Jahr 2015 war der Rückgang mit 2,2 Prozent aber drastischer. Der Umsatz lag 2016 mit 92,5 Milliarden Franken so tief wie letztmals 2007. Davon wurden 7,8 Milliarden online umgesetzt.

## 5000 Läden verschwunden

Hinzu kommen 1,3 Milliarden Franken Onlineeinkäufe im Ausland. Die Expansion von Amazon in der Schweiz werde diese weiter ankurbeln, erwartet der Marktforscher. In der Digitalisierung

«Das Trauerspiel bei den Warenhäusern dürfte sich fortsetzen.»

*Thomas Hochreutener*

sieht er denn auch die grösste Herausforderung für die Branche. Durch die Digitalisierung findet im Detailhandel ein regelrechter Kahlschlag statt. Von insgesamt 50 000 Verkaufsstellen im stationären Detailhandel sind seit 2010 mehr als 5000 verschwunden, wie Hochreutener ausführte. Dafür entstünden 10 000 Schweizer Onlineshops.

Die guten Jahre sind laut GfK vor allem für den stationären Non-Food-Bereich vorbei. «Der Preisdruck ist immer noch enorm, und die Marktbereinigung setzt sich fort.» Im Non-

Food-Fachhandel beträgt der Rückgang 27 Prozent. Eine Ausnahme sind Händler in den Bereichen Parfümerie/Körperpflege (plus 31 Prozent mehr Verkaufsstellen) und Optiker/Hörgeräte (plus 30 Prozent). Unter den grossen Verlierern befinden sich auch die Warenhäuser, die in den letzten sieben Jahren 12 Prozent der Verkaufsstellen einbüssten. Das «Trauerspiel» bei den Warenhäusern dürfte sich fortsetzen.

## Schrumpfkurs auch 2017

Der Verdrängungskampf werde in diesem Jahr anhalten. Immerhin dürften sich die Auslandeinkäufe, die letztes Jahr bei rund 10 Milliarden Franken stagnierten, heuer erneut halten. Nachdem der Detailhandel in den ersten fünf Monaten 0,3 Prozent einbüsste, erwartet Hochreutener für das ganze Jahr einen Rückgang von gegen 1 Prozent. *sda*