

Detailhandel

Der schweizerische Detailhandel steht von mehreren Seiten gleichzeitig unter Druck. Zum einen deckt er einen bereits hoch gesättigten Markt ab, während der private Konsum in Dienstleistungsbereichen, die ausserhalb des eigentlichen Handels angesiedelt sind, am stärksten wächst. Konkurrenziert werden die traditionellen Vertriebskanäle zudem durch Direktverkäufe von Produzenten sowie v.a. durch Online-Plattformen. Letztere werden zwar oft von – grösseren oder spezialisierten – Detaillisten selbst betrieben und setzen erst einen bescheidenen Anteil des Gesamthandels um. Vermehrt mischen dabei aber auch ausländische Anbieter mit, was im Einklang steht mit dem wachsenden internationalen Wettbewerb. Dieser findet weiterhin in einem lebhaften Einkaufstourismus ins preisgünstigere grenznahe Ausland und neuerdings im Vordringen ausländischer Billig-Discounter auf den Schweizer Markt statt. Das Zusammenwirken all dieser Trends hat vorab unter den Grossverteilern den Image- und Preiskampf markant intensiviert, gräbt dem Handel Umsatz und Margen ab und beschleunigt die Konzentration innerhalb der Branche. Der Mitte Dezember angekündigte Wechsel in Franchising bzw. Belieferung von Food-Filialbetrieben und selbständigen Detaillisten setzte dazu einen markanten Akzent.

Im Schatten der übrigen Branchen

In diesem schwierigen strukturellen Umfeld erstaunt es nicht, dass der Detailhandel das Jahr 2004 trotz konjunktureller Blütezeit nur mässig erfolgreich abgeschlossen hat. Nach einer schwungvollen Startphase bröckelte das Umsatzwachstum im Jahresverlauf zusehends ab. Kumuliert über die ersten zehn Monate resultierte zwar nominell ein Plus von 2%, doch real und unter Bereinigung der Anzahl Verkaufstage verblieben lediglich +1,1%. Allerdings setzen manche Sparten einen Grossteil ihrer Umsätze erst im Weihnachtsgeschäft um. Zumindest die gut 430 an unserer Umfrage beteiligten Unternehmen scheinen diesbezüglich aber keine grossen Hoffnungen gehegt zu haben, stufen sie doch den Umsatztrend für das Gesamtjahr 2004 nur schwach positiv ein. Bei rückläufigen Verkaufspreisen, aber stabilem Personalbestand machte auch die Ertragslage kaum Fortschritte. Am relativ zufriedensten zeigten sich die Händler elektrischer Geräte, obwohl deren Preise unter dem stärksten Druck standen, während Textil, Bekleidung und Schuhe im Schatten des Trends blieben. Einen soliden Anker behielt die Branche durch die Nahrungsmittel, die knapp die Hälfte des auf 83 Mrd. CHF geschätzten Gesamtumsatzes stellen. Generell hatten die kleineren Betriebe einen schwereren Stand als die mittleren und die Grossverteiler.

Stabilisierung auf allen Ebenen erwartet

Nicht viel rosiger, aber immerhin auch nicht schlechter wird die Geschäftstendenz für 2005 eingeschätzt. Bei solider Nachfrage und stabilisierten Preisen sollten ein leichter Mehrumsatz sowie stabile Erträge herauschauen, wobei sich die Differenzen zwischen den einzelnen Sparten etwas nivellieren. Die Risiken einer erneuten Verdüsterung der Konsumentenstimmung sind aber nach wie vor präsent, und bezüglich der ausländischen (sprich touristischen) Nachfrage herrscht ausser für Uhren und Schmuck eigentliche Skepsis. Der Importanteil am Gesamtsortiment dürfte klar steigen. Auffallend einmütig sehen die befragten Detailhändler eine weitere Ausdehnung der Verkaufsflächen voraus, während das Ladensterben anhalten dürfte. ■

