

**Werbung blockiert**  
Wie Internet-Nutzer  
Reklame sperren **25**

**Risikoparanoia**  
Das Erfolgsgeheimnis  
von Blackrock **28**

**Flaute in China**  
Wie Swatch dennoch  
mehr verkauft **27**



# Wirtschaft



Das Modehaus Grieder gewährt währungsbedingte Rabatte auf ausgewählte Artikel und kündigt dies auch in den Schaufenstern an. (Zürich, 21. Februar 2015)

## Zwei Grosse unter Kleinen

Umsätze der grössten Anbieter im Schweizer Schuhhandel 2014

Dosenbach-Ochsner	523 Mio. Fr.
Vögele-Shoes	252
Navyboot	70*
Walder	63
Pasito-Fricker	50

\* Schätzung  
Quelle: GfK

**«Der Bereich Bekleidung und Schuhe läuft noch schlechter als der übrige Detailhandel. Der Druck wird vorerst nicht nachlassen.»**

«Hier ist die Preisdifferenz zum Euro noch viel höher, potenzielle Kunden kaufen daher vermehrt im Ausland ein», sagt Thomas Herbert, langjähriger Chef des Modehauses Schild und diese Woche an die Spitze des Mutterkonzerns Globus befördert. Mit Schild sei man bis Ende Juli exakt auf Vorjahresniveau. Bongénie-Grieder-Chef Pierre Brunshawig rechnet für das ganze Jahr mit einer Umsatzdelle zwischen 5% und 8%. Seit Anfang Jahr setzten seine 17 Geschäfte 7,5% weniger um.

Beim Modelabel Navyboot von Philippe Gaydoul ist man zufrieden, wenn man Ende August auf Vorjahresniveau zu liegen kommt, nachdem man Ende April noch ein Zehntel über Vorjahr lag. Eine Umsatzeinbusse in einem höheren einstelligen Prozentbereich beklagt auch die Schuhkette Pasito-Fricker, wie Firmenchef Werner Aerni für die ersten sieben Monate berichtet. Als Folge der Aufhebung des Mindestkurses habe man bei den Lieferanten aber «wesentlich bessere» Konditionen verhandeln können, die sich ab Herbst in den Preisen niederschlagen würden.

### Tiefpreissegment floriert

Neben diesen Akteuren gibt es aber auch Händler, die derzeit überraschend wachsen, wie etwa Chicorée. Die Kette agiert im Tiefpreissegment. «In den letzten drei Monaten verzeichneten wir monatlich höhere Verkäufe», sagt Chicorée-Gründer Jörg Weber. «Für das laufende Jahr erwarte ich ein Umsatzplus von 5% bis 10%.» Der Einkaufstourismus treffe Chicorée als Günstiganbieter weniger stark als andere Preissegmente, so Weber. Die Kette verzeichnete im vergangenen Jahr allerdings einen Umsatzeinbruch von 10% und ist nun auf Aufholjagd - trotz Restrukturierungsphase. Das Filialnetz wird seit Mitte 2014 gelichtet, unrentable Läden werden geschlossen. Bis Ende Jahr soll es noch 172 Standorte geben, 19 weniger als am Ende des Vorjahres.

Trotz schwierigem Umfeld liegt auch das kleine Zürcher Modelabel Benci Brothers bis Ende Juni 7% über Vorjahr, wie sein Chef Flaviano Bencivenga sagt. Viele Läden müssten das Ambiente überdenken und einen guten Service bieten, glaubt Bencivenga. «Sonst besteht kein Grund mehr, im stationären Handel einzukaufen.» Trotzdem: Die Filialbereinigung wird sich fortsetzen. Spätestens dann, wenn kostspielige Mietverträge auslaufen, werden sich die Händler zweimal überlegen, ob sie diese verlängern sollen. Das dürfte vor allem Standorte an B-Lagen und in kleinen Städten treffen. Gleichzeitig bleiben die Toplagen gefragt. Diese können und wollen sich aber fast nur noch die potenten internationalen Ketten leisten - auch aus Prestige Gründen. Daher suchen in diesen Monaten zahlreiche Händler ihr Heil im Onlinegeschäft. Charles Vögele hat diese Woche seinen neuen Onlineshop lanciert. Schon bald sollen Kunden Bestände abfragen und in den gewünschten Filialen reservieren können. PKZ startet diesen Herbst mit einem Redesign und wird später eine eigene App anbieten. Selbst H&M hat seinen Schweizer Onlineshop für diesen Herbst angekündigt. Laut Globus-Chef Herbert eine sinnvolle Strategie. «Schild wird seine Online-Umsätze 2015 auf fast 10 Mio. Fr. verdoppeln», verspricht er. «Und das in diesem Jahr erstmals profitabel.»

## Modehäuser kämpfen mit massiven Umsatzeinbussen

Währungsturbulenzen, Einkaufstourismus, Onlinehandel: Während die hochpreisigen Anbieter leiden, legen Günstiganbieter zu. **Von Ueli Kneubühler**

An der Zürcher Seidengasse im Zara treten sich die Kunden gegenseitig auf die Füsse. Das spanische Modehaus agiert im diesjährigen Sommerausverkauf mit Kampfpreisen. Ein Trenchcoat geht für Fr. 29.95 statt 179 Fr. weg. Das sind 83% weniger. Blazer, Rock, Top: Alles muss raus. An den Toplagen sind die Filialen der Modehäuser oft brechend voll. Und doch befindet sich der Bekleidungs- und Schuhmarkt in einem Jammertal. 2014 setzte die Branche 9,9 Mrd. Fr. um, fast 10% weniger als 2010.

Wenn morgen das Bundesamt für Statistik die Entwicklung der Detailhandelsumsätze für den Juni publiziert, dann wird sich im Non-Food-Geschäft keine merkliche Entspannung zeigen. «Der Bereich Bekleidung und Schuhe läuft noch schlechter als der übrige Detailhandel», sagt Klaus Abberger, Leiter Konjunkturumfragen an der Konjunkturforschungsstelle der ETH Zürich. «Der Druck wird vorerst nicht nachlassen.» Seit Jahresbeginn schmelzen die Umsätze noch rascher. Die Aufhebung des Mindestkurses zum Euro durch die Nationalbank ging einher mit sinkenden Preisen. Allein im Ausverkaufsmont Juli sanken sie in der Branche um mehr als 8%. Das drückt auf die Marge. «Wir haben einige Margenpunkte geopfert», bestätigt Pierre Brunshawig, Chef von Bongénie Grieder. «Das hat uns erlaubt, die Schäden zu limitieren.»

### Bestellung per Mausclick

Die Schweizer Kleiderhändler sitzen in der Zwickmühle. Auf der einen Seite verleitet der tiefe Euro-Franken-Kurs zum noch günstigeren Shopping-Trip ins grenznahe Ausland, auf

der anderen Seite bestellen die Kunden zunehmend per Mausclick. Letztes Jahr orderten Schweizer Kleider- und Schuhe für bereits mehr als 1,3 Mrd. Fr. online. Das ist ein Drittel mehr als vor fünf Jahren, und die grenzüberschreitenden Online-Einkäufe mit Lieferung in die Schweiz legen laut Marktforschungsinstitut GfK überproportional zu. Entsprechend sinken die Umsätze des stationären Handels. GfK hat für das erste Semester des laufenden Jahres ein Minus von 4,2% registriert.

Eine Linderung ist nicht in Sicht. Bei Schuhschweiz, dem Vertreter der nationalen Schuhindustrie, geht man von einem Rückgang zwischen 2% und 8% bis Ende Jahr aus.

### Internationale Konzerne dominieren

Umsätze der grössten Anbieter im Schweizer Bekleidungshandel 2014

H&M	799 Mio. Fr.
C&A Mode	521
Charles Vögele Mode	334
Brunshawig & Cie.*	211
Schild	183
PKZ	176
Chicorée	141
Esprit	135
Bayard	109
Tally Weijl	90

\* Grieder Bongénie  
Quelle: GfK

Der Effekt der Mindestkursaufhebung werde noch weitere 18 Monate spürbar sein, sagt ein Verwaltungsrat eines Schweizer Modekonzerns. Selbst wenn weiterhin viele Menschen zuwandern würden; die Preise sanken, die Kosten in Franken blieben hoch.

Nicht bloss Währungsturbulenzen und Onlinehandel schenken ein. Angesichts der Ladendichte tobt ein Verdrängungskampf. Grösse und ein klares Profil sind die Schlüsselschwächen im Kampf um Kunden. In den letzten Monaten etwa dünnten Esprit, Bata, PKZ, Zebra, New Yorker, Yendi und Kookai ihr Filialnetz aus, und Jamarico schloss komplett. Die angesagte englische Kette Superdry überprüft derzeit ihr Schweizer Ladenkonzept, wie es auf Anfrage heisst. Währenddessen forciert der Riese H&M sein Geschäft. Im per Ende Mai abgeschlossenen ersten Halbjahr hat die schwedische Kette ihren Umsatz in der Schweiz nochmals um 18% ausgebaut. Der stark expandierende Zara-Mutterkonzern Inditex, der ebenfalls mit Tiefpreisen operiert, gibt keine Zahlen auf Länderebene bekannt.

Noch rasanter unterwegs ist der Online-Mode-Händler Zalando, der monatlich 3 Mio. Pakete verschickt. Allein in der Region Deutschland, Österreich, Schweiz kletterte der Umsatz im ersten Halbjahr um 28%, wie das Jungunternehmen diese Woche mitteilte. Die E-Commerce-Berater von Carpathia schätzen den Zalando-Umsatz in der Schweiz für das erste Semester auf rund 200 Mio. Fr. nach 325 Mio. Fr. für das komplette Jahr 2014. Das Schweizer Zalando-Geschäft soll dem Vernehmen nach seit Beginn profitabel sein. Was für ein Gegensatz zu den stationären Läden, wo vor allem das mittlere und höherpreisige Segment mit den Währungsturbulenzen kämpft.

### Zwei Welten



Thomas Herbert, neuer Globus-Chef



Jörg Weber, Gründer der Chicorée-Gruppe