

Raffinierter Autobetrüger muss in Haft

BEZIRKSGERICHT Er verkaufte geleaste Luxusautos, nachdem er deren Papiere gefälscht hatte. Mit dem Erlös führte der Vorbestrafte ein Leben in Saus und Braus. Jetzt muss der in Winterthur geborene Italiener für 20 Monate zurück ins Gefängnis.

Der Angeklagte ging immer nach der gleichen Masche vor. Er kaufte kleine Firmen mit dem Zweck, diese gleich wieder zu verkaufen. Denn eigentlich war er nur an den Leasingfahrzeugen im jeweiligen Firmenbesitz interessiert. Im Fahrzeugausweis eines jeden Leasingautos war zwar unmissverständlich ein Halterwechselverbot vermerkt. Mario B. (Name geändert) hatte aber einen raffinierten Trick entwickelt, mit dem er die Papiere so fälschen konnte, dass das Verbot nicht mehr sicht-

bar war. So gelang es ihm im Zeitraum von rund zwei Jahren, mehrfach ein Fahrzeug umschreiben zu lassen und anschliessend für eine beträchtliche Summe sofort weiterzuverkaufen.

Zumeist handelte es sich um teure Fahrzeuge der Marke BMW, weil sich die nach Angabe des Angeklagten leicht weiterverkaufen lassen. So löste er beispielsweise 85 000 Franken für einen BMW X6, ein anderes Mal waren es 83 500 sowie 92 000 Franken für zwei BMW X5. Dazu kommen

mehrere andere Fahrzeuge für etwas geringere Summen. Was er denn jeweils mit dem Geld gemacht habe, wollte die Richterin von ihm wissen. «Ausgegeben», lautete die kleinlaute Antwort des 46-Jährigen. Dem ausschweifenden Lebensstil mit Champagner und Stretchlimousine habe er inzwischen abgeschworen, beteuerte er. Sein Körpergewicht hat er von 165 auf 70 Kilo reduziert.

Vollumfänglich geständig

Die Vergehen, die gestern vor Gericht verhandelt wurden, haben sich alle zwischen 2009 und 2011 abgespielt. Was bei der Urteilsfindung besonders schwer wog, denn in dieser Zeit wartete Mario

B. auf einen Berufungsprozess wegen anderer Straftaten. Nachdem dafür fünf Jahre in Haft war, kam es nun zum gestrigen Prozess. Weil Mario B. vollumfänglich geständig war und sich mit dem Urteilstvorschlag des Staatsanwalts einverstanden zeigte, kam es zu einem abgekürzten Verfahren.

Der Angeklagte sei jeweils mit grosser Raffinesse vorgegangen, um seine Taten zu verschleiern. Die Staatsanwaltschaft habe einen erheblichen Zeitaufwand gehabt und grosse Arbeit geleistet, um die diversen Urkundenfälschungen im Einzelfall zu rekonstruieren, sagte die Richterin in ihrer Urteilsbegründung.

«Die Voraussetzung, dass Sie als Sanitär wieder eine Stelle finden, ist gut.»

Richterin zum Angeklagten

Auch die anderen Taten seien schwerwiegend. So hat Mario B. mit 0,95 Promille Blutalkohol einen Audi S8 gesteuert. Und obwohl ihm daraufhin der Fahrausweis entzogen wurde, ist er weiter Auto gefahren. Ausserdem war er mehrfach ohne Haftpflichtversicherung unterwegs.

«Ich hoffe, dass Sie Ihr Leben wieder in den Griff bekommen», sagte die Richterin zum Abschluss. Die Voraussetzungen seien gut, als gelernter Sanitär könne er gut wieder eine Stelle finden. Und seine Ehefrau, mit der er zwei Kinder hat, halte ja nach einer vorübergehenden Trennung wieder zu ihm. «Das ist nicht selbstverständlich.» kir

Schild installiert den Onlineshop mitten in der Filiale

DETAILHANDEL Die Frankenstärke und aggressive Onlineshops wie Zalando machen den traditionellen Kleiderläden das Leben schwer. Das Modehaus Schild versucht nun die Flucht nach vorn und integriert den eigenen Onlineshop in die Filiale.

In einen Laden zu gehen, um schliesslich doch via Onlineshop Kleider zu kaufen – das klingt widersinnig. Genau dieses Konzept aber lanciert die Modehauskette Schild jetzt in mehreren Filialen, darunter ist auch jene am Untertor. Ab dem 18. Oktober können Kunden hier durch das Kleiderangebot des Modehauses surfen, angeleitet vom Verkaufspersonal.

Was das soll, erläutert Schild-Mediensprecher Andreas Bantel so: Die Idee sei es, den stationären und den digitalen Handel miteinander zu verknüpfen und damit die Vorteile beider Welten nutzbar zu machen. In einem Beispiel: «Stellen Sie sich vor, Sie probieren einen Pullover, der perfekt passt in Rot, hätten ihn aber lieber in Blau. Dann können Sie ihn jetzt direkt bestellen.»

Das Problem der Retouren

Etwas in einer anderen Farbe oder Grösse bestellen – kann man das nicht schon ewig? Das stimmt zwar, sagt Bantel. Der Unterschied stecke aber im Erlebnis und in der Beratung. «Man sieht die Produkte auf einem grossen Bildschirm, kann sich zeigen lassen, wie etwas aussieht.» Auch die Dienstleistung werde erweitert. Geliefert wird die im Onlineshop gesichtete Ware nämlich auch nach Hause, mit einer kostenlosen Rücksendeoption.

Schild verspricht sich von der Kombination aus digitalem und analogem Kleiderkauf eine niedrigere Rücksendequote, weil mit



Aussen analog, innen digital: Schild rüstet seine Filiale am Untertor mit Bildschirmen aus wie schon die Filiale in Emmenbrücke (Bild rechts) –

Heinz Diener/diamondphoto.ch Debora Zeyrek



der Beratung bei den Kunden ein Gefühl der Verbindlichkeit entsteht. Das Retourenmanagement ist aufwendig und teuer – und gilt als Achillesferse des Kleiderhandels via Internet. Gewisse retournierte Kleider seien in einem Zustand, in dem man sie nicht mehr gebrauchen könne, dennoch müsse man sie zurücknehmen, sagt Bantel. «Es ist eine hochkomplizierte Geschichte. Man muss aufpassen, dass man den Kunden nicht gängelt und eine gewisse Kulanz zeigt.» Im Internetzeitalter sei es nun einmal so, dass man alles gratis zurücksenden könne.

Das Internet ist für Schild derzeit noch ein Nebenschauplatz,

EXPERTENSTIMME

«Das ist weder Fisch noch Vogel»

Der Luzerner Detailhandels- und Unternehmensberater Gotthard F. Wangler sieht das Konzept des Modehauses Schild, den Onlineshop mit grossen Bildschirmen in die Filialen zu integrieren, mit Skepsis: «Das ist weder Fisch noch Vogel. Entweder sagt sich ein Konsument, ich kaufe online ein, oder dann geht er in den Laden. Und wenn er in den Laden geht, dann will er zum Beispiel die Farbe des Pullovers

in echt sehen und diesen dann auch gleich mitnehmen können.» Wangler räumt allerdings ein, dass Vorhersagen im Detailhandel schwierig seien. «Letztlich muss man Dinge an der Front ausprobieren, um zu erfahren, ob sie funktionieren.»

Dass Schild seinen Kunden mit der Massnahme primär das Onlineshopping schmackhaft machen will und damit einen späteren Abbau von Filialen vorbereitet, diese Lesart hält

Wangler zwar für möglich. «Die Digitalisierung des Detailhandels ist aber keine Revolution, sondern eine Evolution», sagt er. Umstellungen erfolgten sukzessive und nicht von heute auf morgen. Verschiedene digitale Konzepte würden zudem so schnell wieder verschwinden, wie sie gekommen seien. Als Beispiel nennt Wangler Bestellbildschirme, mit denen Coop im Zürcher Hauptbahnhof experimentierte. mcl

allerdings einer mit grossen Wachstumsraten. Steuerte der Onlineshop der Migros-Tochter 2014 noch 1,2 Prozent an den Umsatz bei, so waren es im letzten Jahr bereits 5 Prozent. In zwei bis drei Jahren sollen es 15 Prozent sein.

Ein Umerziehungsprogramm?

Vor diesem Hintergrund erscheint die Integration des Onlineshops in die Filialen auch als ein möglicher Versuch, die schon etwas ältere Kundschaft kompetent für den Onlinekauf zu machen – als eine Übergangslösung, um den Filialhandel langfristig abzulösen. Erinnert sei etwa an die SBB, die einst Berater neben ihre Billettautomaten stellten, um dann später Schalter abzubauen.

Bantel widerspricht dieser Darstellung aber entschieden. «Wir sind der Meinung, dass eine persönliche Beratung beim Kleiderkauf eminent wichtig ist», sagt er. Der virtuelle Ausbau sei als Aufwertung für mittelgrosse Filialen gedacht. «Für Schild steht die Ergänzung der beiden Verkaufskanäle im Zentrum.» Die Integration des Onlineshops erlaube es zudem, das Angebot vor Ort zu fokussieren und die Kleider wirksamer auszustellen.

Erfahrungswerte, ob die Idee funktioniert, hat Schild nicht, auch nicht aus dem Ausland. Das Konzept mit dem eingebetteten Onlineshop hat sich das Unternehmen selbst ausgedacht. Das Marktumfeld mit aggressiven Onlinehändlern und einem Frankenkurs, der noch immer viele Konsumenten in das nahe Ausland fahren lässt, sei anspruchsvoll, sagt Bantel. Da brauche es neue Ideen. Ob der Versuch fruchtet oder aber als Schildbürgerstreich in die Detailhandelsgeschichte eingeht, wird sich weisen. Marc Leutenegger

diga möbel **HAPPY DAYS**
Fr. 14./Sa. 15. Oktober

Samstag in Dübendorf:

- ✓ Wein-Degustation
- ✓ Thermomix- und Electrolux-Demonstration
- ✓ Kulinarische Köstlichkeiten
- ✓ Viele weitere Attraktionen

Profitieren Sie von CHF 200.– Cash Back, 12% Rabatt sowie gratis Lieferung und Montage auf das GESAMTE SORTIMENT!
Nur dieses Wochenende!

z. B. Sofa CREANZO
Katalogpreis 2680.–
- 12% Rabatt - 322.–
- Cash Back - 200.–
Aktionspreis = 2158.–
ab CHF 2500.– Einkauf

8600 Dübendorf/ZH Neugutstr. 81 (neben Interio) Tel. 044 802 10 10
9532 Rickenbach b. Wil/TG neben Coop Tel. 071 929 47 00

I d' diga muesch higa!

www.diga.ch