

Die Kassen klingeln wieder



STEIGENDE UMSÄTZE BEI DEN
FÜHRENDEN DETAILHÄNDLERN
DANK VIELER AKTIONEN

„Der Konsument greift bei Verbilligungen
Gerne zu“

Foto. Keystone

Geheime Zahlen zeigen: Migros und Coop verzeichnen im 1. Quartal ein kräftiges Umsatzplus

von Nicole Kircher

Basel/Zürich Trotz Einkaufstourismus und Fleischskandal: Die Grossverteiler Migros und Coop sind erstaunlich gut ins Jahr 2013 gestartet. Nach dem Krebsgang der letzten beiden Jahre konnten sie im ersten Quartal ihre Umsätze um rund 2 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode steigern. Das zeigen geheime Zahlen eines renommierten Marktforschungsinstituts, die nur der Führungsetage der Detailhändler zugänglich sind, aber der SonntagsZeitung zugespielt wurden. Erfasst wurde in der Erhebung das klassische Supermarktgeschäft (ohne Fachmärkte) von allen führenden Detailhändlern, ohne Lidl und Aldi. Zu den Profiteuren gehört auch der Discounter Denner, der sein Wachstum laut der Untersuchung 2013 fortsetzt. Die Umsätze der Warenhäuser bleiben hingegen unter Druck (siehe SonntagsZeitung vom 23. 3. 2013).

Migros, Coop und Denner wollen die Zahlen nicht kommentieren. Migros-Sprecherin Martina Bosshard bestätigt aber: «Wir sind mit den Umsätzen zufrieden. Die Kundenfrequenzen sind gut, und wir stellen fest, dass wir mit unserer Strategie auf dem richtigen Weg sind.» Coop-Sprecher Urs Meier sagt: «Wir wachsen insbesondere mit Naturaplan im zweistelligen Bereich.» Detailhandelsspezialist Gotthard F. Wangler führt die steigenden Umsätze auf die hohen Investitionen der Detailhändler in ihre Läden und auf die Preissenkungen zurück: «Beide Grossverteiler sind hervorragend aufgestellt. Das zahlt sich jetzt aus.» Die Migros-Genossenschaften inklusive Ausland setzten 2012 14,5 Milliarden Franken um. Bei Coops Retailverkaufsstellen waren es 11 Milliarden.

Rosig sieht auch die nahe Zukunft aus - die Kauflust der Schweizerinnen und Schweizer bleibt ungetrübt. Die Konjunkturforscher der BAK Basel gehen im laufenden Jahr von einer Zunahme der realen Detailhandelsumsätze von 1,7 Prozent aus. Der private Konsum sei «robust», erklärt auch Denise Fries, Ökonomin der Credit Suisse. «Dazu beigetragen hat die unverändert gute Beschäftigungssituation, welche die Angst vor einem Jobverlust in den Hintergrund gedrängt hat. Preissenkungen inländischer Detailhändler haben zudem die Differenz gegenüber dem Ausland etwas verringert und zu Käufen im Inland angeregt.» Es mache sich auch ein Ermüdungseffekt bei den Einkaufstouristen bemerkbar. «Die Konsumenten nehmen nicht mehr um jeden Preis die teilweise mit Verkehrsbehinderungen verbundene Reise ins Ausland in Kauf», so Fries.

Kunden haben kaum auf Pferdefleisch-Skandal reagiert

Um die Umsätze anzukurbeln, haben die Detailhändler seit Anfang Jahr zudem viel Geld im Rahmen von Aktionen ausgegeben. Coop lancierte verschiedene Sonderpreise bei Weinen. «Wir waren mit dem Erfolg der Aktionen zufrieden», sagt Meier. Wie viel Mehrumsatz dadurch erzielt wurde, sagt Coop nicht. Für Fries ist klar: «Der Konsument greift bei Verbilligungen gerne zu.» Wollte man den höheren Absatz aber durchhalten, seien immer neue Aktionen notwendig, und die Detailhändler würden zu «Sklaven ihrer Aktionitis».

Zum Umsatzzuwachs im Supermarktgeschäft beigetragen haben neben kalendarischen Effekten - der Silvester zählte offenbar bereits zum neuen Geschäftsjahr - auch Preisaufschläge. Jonas Stoll, Ökonom bei der BAK Basel, sagt: «Die Waren im Food-Segment haben sich verteuert. Die Preise sind in den Monaten Januar und Februar um 0,8 Prozent angestiegen, während im Nichtlebensmittel-Bereich die Preisspirale mit minus 3,5 Prozent weiter abwärts drehte.» Migros betont, dass übers gesamte Sortiment seit Anfang Jahr erneut eine Minusteuerung von 0,6 Prozent resultiere. Mit anderen Worten: Die Preise sinken.

Bemerkenswert ist das Umsatzplus bei Coop auch angesichts des Pferdefleischskandals, von dem die Basler betroffen waren, nicht aber die Migros. Lassen die Kunden solche Skandale kalt? Wangler sagt: «Die Pferdefleisch-Angelegenheit war ein europaweites Problem und gesundheitlich unbedenklich. Coop hat nicht vorsätzlich gehandelt.» Deshalb hätten die Kunden kaum reagiert.

Die beiden Grossverteiler wollen den Schwung vom Jahresbeginn nun mitnehmen. Migros-Sprecherin Bosshard sagt: «Wir gehen in diesem Jahr von einem Umsatzplus zwischen 0,5 und 1 Prozent aus.» Meier mag sich noch nicht festlegen.

Publiziert am 28.04.2013