

# Onlinegeschäft gebremst

**ZÜRICH.** Euro-Schwäche und trübe Konsumentenstimmung drücken auch auf die Umsätze im Lebensmitteleinkauf per Mausclick. Während Coop@home 2011 noch um 10 Prozent zulegen konnte, musste Migros-Tochter LeShop gar leicht tiefere Umsatzzahlen melden.

PHILIPP HUFSCHMID

Seit der Zusammenarbeit mit der Migros Anfang 2004 sind die Umsätze von LeShop Jahr für Jahr rasant gewachsen – von 33 auf 151 Millionen Franken 2010. Im vergangenen Jahr aber gingen die Verkaufszahlen des Online-Detailhändlers erstmals leicht zurück auf 150 Millionen Franken. Laut LeShop-Geschäftsführer Christian Wanner haben mehrere Faktoren das Wachstum gebremst. Neben der Minusteuerung aufgrund von Preissenkungen als Folge der Euro-Schwäche und der schlechteren Konsumentenstimmung macht er auch den Einkaufstourismus für die stagnierenden Umsatzzahlen verantwortlich. Der Lebensmittelumsatz im grenznahen Ausland sei 2011 wegen

des tiefen Euro-Kurses von 1 auf 3 Milliarden Franken gestiegen. Die Tatsache, dass Coop@home dennoch um 10 Prozent gewachsen ist, erklärt Wanner mit dem Nachholbedarf der Konkurrentin, die später ins Onlinegeschäft eingestiegen sei. Dieser Meinung ist auch der Detailhandelsexperte Gottfried F. Wangler. «Ich gehe davon aus, dass LeShop bereits an die Grenze gestossen ist, während Coop@home sich noch auf einem tieferen Niveau befindet und Nachholbedarf hat.»

Der Internet-Supermarkt von Coop setzte im vergangenen Jahr rund 85 Millionen Franken um und verzeichnete rund 30000 Neukunden (LeShop: 30800). Coop-Sprecherin Denise Stadler führt das Wachstum von über 10 Prozent dagegen primär auf das «überzeugende Angebot» von Coop@home zurück. Zudem habe man die Innovationsführerschaft inne, sei es beim Einkauf via Smartphones und Tablet-Computer oder mit Angeboten wie einer Abholstation für online bestellte Waren. Stadler sieht nach wie vor viel Potenzial im Onlinegeschäft und erwartet auch 2012 wieder «ein schönes Wachstum».

## Erstmals schwarze Zahlen

Während Coop über die Ertragslage des eigenen Online-Supermarkts keine Auskunft gibt, ist man bei LeShop stolz darauf, dass 2011 erstmals ein Gewinn resultierte. LeShop-Chef Wanner blickt aber nicht nur deshalb optimistisch in die Zukunft. Der Lebensmitteleinkauf im Internet sei mittlerweile etabliert. Gute Wachstumschancen gebe es im Bereich der Bestellungen über internetbasierte Fernsehapparate und mobile Geräte: «2011 wurden bereits über 11 Prozent aller Bestellungen via Smartphones und Tablets abgeschlossen. Im Vorjahr lag dieser Anteil noch bei 5 Pro-

zent.» Für die zukünftige Entwicklung verweist er auf England, wo der Umsatzanteil der online gekauften Lebensmittel bereits vier Prozent betrage, während man in der Schweiz erst bei knapp einem Prozent sei. «Es gibt keine Gründe, wieso die Schweiz nicht die gleiche Entwicklung nehmen sollte wie England.»

Ganz anders sieht das Branchenkenner Wangler. Vor zehn Jahren habe eine Wachstumseuphorie geherrscht, die das Potenzial des Onlinegeschäfts mit Lebensmitteln massiv überschätzt habe. Gerade beim Einkauf von Frischprodukten wollten die Konsumenten selber wählen können. Den Vergleich mit England lässt er nicht gelten. «Die Schweizerinnen und Schweizer haben ein anderes Einkaufsverhalten als die Menschen in England.» Als Indiz, dass auch die Grossverteiler selber den Wachstumsprognosen im Onlinegeschäft misstrauen, wertet Wangler die Tatsache, dass Verkaufsflächen ständig ausgebaut würden und neue Einkaufszentren in Planung seien.

## AKW Fessenheim bleibt am Netz

**PARIS.** Frankreichs Atomkraftwerke seien alle sicher, befindet die nationale Aufsichtsbehörde. Trotz Einwänden aus der Schweiz bleibt Fessenheim aktiv.

STEFAN BRÄNDLE

«Die untersuchten Installationen weisen ein genügendes Sicherheitsniveau auf, keine von ihnen erfordert einen sofortigen Stopp», erklärte die nukleare Sicherheitsbehörde Frankreichs (ASN) gestern zum Abschluss monatelanger Stresstests. Selbst das dienstälteste AKW Fessenheim 35 Kilometer vor den Toren Basels kann weiter Kernenergie produzieren.

Die ASN verlangt aber auch, dass die 58 Reaktoren Frankreichs ihre «Robustheit in Extremsituationen» stärken. Der Staatskonzern Electricité de France (EDF) hat als Betreiberin des zweitgrössten AKW-Parks der Welt hinter den USA bis Ende Juni Vorschläge einzureichen. Er muss unter anderem Notaggregate einrichten, um die Wasserkühlung zu verbessern und damit die Lehren aus dem Atomunfall in Fukushima zu ziehen. In Fessenheim muss er die 1,5 Meter dicke Betonunterlage verstärken. ANS-Vorsteher André-Claude Lacoste beziffert diese Massnahmen auf «mehrere Milliarden Euro» und sagte, es wäre «ein Wunder», wenn die Strompreise deshalb nicht stiegen. Umweltschützer in Frankreich, Deutschland und der Schweiz protestieren gegen den Entscheid der ASN. Jean-Marie Brom vom Netzwerk «Sortir du nucléaire» in Paris bezweifelte die Unabhängigkeit der Kontrollbehörde.

## Status quo auch im Osten

Auch Tschechien und die Slowakei veröffentlichten die Ergebnisse von der EU geforderten AKW-Stresstests. Die beiden Länder sehen ebenfalls keine Gründe für eine Schliessung ihrer je zwei Atomstandorte.

## Online-Einkauf hilft der Umwelt

1207 Tonnen CO<sub>2</sub> sind 2011 durch die LeShop-Sammellieferungen der Post im Vergleich zum motorisierten Individualverkauf eingespart worden. Dass trotz praktisch stagnierendem Umsatz die CO<sub>2</sub>-Ersparnis um zehn Prozent gestiegen ist, erstaunt. Doch LeShop-Geschäftsführer Christian Wanner hat eine einfache Erklärung für diese Zunahme: Es habe sich herausgestellt, dass die Autos der Kunden einen höheren Schadstoffausstoss hätten als bisher bekannt. Für jene Kunden, die bei einer LeShop-Bestellung eine negative CO<sub>2</sub>-Bilanz haben, weil sie sehr nahe bei einem Supermarkt wohnen, werden laut Wanner Zertifikate zur Kompensation des höheren CO<sub>2</sub>-Ausstosses gekauft.

Coop@home beliefert dagegen 85 Prozent der Haushalte mit eigenen Fahrzeugen. Nur in Rand- oder Berggebieten kommt die Post zum Einsatz. Laut Coop-Sprecherin Denise Stadler wird der gesamte CO<sub>2</sub>-Ausstoss über hochwertige Klimaprojekte durch den Kauf von Zertifikaten kompensiert. Konkrete Zahlen gibt Coop allerdings erst im Februar im Nachhaltigkeitsbericht 2011 bekannt. (phh)



Die Online-Supermärkte konnten das Wachstumstempo 2011 nicht halten: Logistikzentrum von LeShop in Bremgarten. Bild: key

## HEIZÖLPREISE

Richtpreise für Heizöl extra leicht, je 100 Liter bei einer Temperatur von 15 °C (inkl. MwSt)

Liter	Vorwoche Fr.	gestern Fr.
1500	103.85 - 104.70	106.10 - 106.95
2200	101.50 - 102.35	103.80 - 104.60
3000	99.40 - 100.25	101.70 - 102.50
6000	97.85 - 98.70	100.10 - 100.95
9000	97.25 - 98.10	99.55 - 100.35

Die Heizölfirma berechnet den am Tag der Bestellung gültigen Preis.

# Deutschland startet optimistisch ins Jahr Champagner 2011 im Hoch

**FRANKFURT.** Die Euro-Zone driftet weiter auseinander: Während in Deutschland Vollbeschäftigung herrscht und die Börse Zuversicht spiegelt, kämpfen Spanien und Italien gegen die Rezession.

ULRICH GLAUBER

Die Händler an der Deutschen Börse in Frankfurt beginnen das Jahr 2012 gut gelaunt. Der Dax hatte bereits am Montag erstmals seit dem 6. Dezember 2011 wieder die Marke von 6000 Punkten übertroffen. Mit einem Plus von 1,5 Prozent bestätigte der deutsche Leitindex gestern den Kursanstieg. Verantwortlich für einen der besten Jahresstarts des Dax ist laut Händlerangaben die Entwicklung in den Schwellenländern. Der Markt habe Ende des vergangenen Jahres eine Rezession in Brasilien, Indien und China – den «BRIC-Staaten» – vorweggenommen. Die Konjunkturabschwächung sei nun aber gar nicht im vorausgesagten Mass eingetroffen. Das gilt besonders für Asien. Günstige Ergebnisse der Befragung von Einkaufsmanagern in Fernost und positive Wirtschaftsdaten aus China liessen an den dortigen Börsen die Daumen nach oben zeigen, auch wenn der Handel wegen des Neujahrsfestes noch nicht überall wieder aufgenommen worden war.

Die deutschen Konsumenten motiviert ihre Einkommenssituation verbunden mit Inflationsprophetieungen zudem zu einem förmlichen Kaufrausch. Viele Bürger wollen ihr Geld wegen der niedrigen Zinsen nicht auf die hohe Kante legen. Im vergangenen Jahr ging so viel Geld über die Einzelhandelstresen wie zuletzt vor zehn Jahren. Die deutsche Wirtschaft hofft auf eine Fortsetzung des Booms. Dann könnte die Inlandsnachfrage ausbleibende Aufträge aus Euro-Ländern mit lahmender Konjunktur ausgleichen.

## Kaufrausch in Deutschland

Die Gründe für die positive Kursentwicklung in Deutschland sind allerdings auch hausgemacht. So berichtete gestern die Bundesanstalt für Arbeit, die Zahl der gemeldeten Erwerbslosen sei 2011 mit 2,5 Millionen auf den tiefsten Stand seit zwei Jahrzehnten gefallen. Tags zuvor hatte die Behörde bereits mitgeteilt, die Zahl der freien Stellen sei zum Jahresende auf ein Rekordhoch gestiegen. Erstmals seit der Wiedervereinigung waren mehr als 41 Millionen Menschen beschäftigt.

Die Entwicklung freut nicht nur die Arbeitnehmer, sondern entlastet auch die Sozialkassen der Bundesrepublik.

Denn in den von Sparzwängen gebeutelten Ländern im Süden der Euro-Zone vollzieht sich die umgekehrte Entwicklung. So meldete das Arbeitsministerium in Madrid gestern, in Spanien seien mehr Menschen arbeitslos als je zuvor. Besonders hart trifft es die jungen Leute, von den 45 Prozent keine Arbeit finden können. Ähnlich ist die Lage in Italien. Prognosen zufolge soll das Wirtschaftswachstum 2012 um 1,6 Prozent einbrechen und sich auch 2013 kaum erholen. Jeder zweite Italiener unter 25 Jahren hat keinen Job.

**PARIS.** Letztes Jahr knallten die Champagnerkorken wie selten zuvor: Der Absatz des Edelschaumweins stieg stark an. Es war aber nur ein Zwischenhoch.

STEFAN BRÄNDLE

330 Millionen Flaschen setzte die Champagnerindustrie 2011 ab, wie das Branchenkomitee CIVC gestern verlauten liess. Das war fast so viel wie der historische Rekord von 2007, als die Korken 339-millionenfach knallten. Danach brach bekanntlich die erste Finanzkrise aus: 2008 und 2009 setzte es beim Champagnerkonsum einen Einbruch um fünf und dann um neun Prozent ab. Erst 2010 kam es wieder zu einer Zunahme um 8,9 Prozent. Der Boom brachte der Champagnerindustrie 2011 gut 4,1 Milliarden Euro an Einnahmen ein, wie das CIVC mitteilt.

An sich war 2011 für die Europäer kein Festjahr; der positive Abschluss geht denn auch vor allem auf Kosten der aufstrebenden Märkte China, Russ-

land und Brasilien. Dort ist heute kein Billigschaumwein mehr gefragt, sondern das Markenprodukt aus der Champagne. Zunahmen gab es auch in den USA und Australien. Für die Schweiz stehen die Zahlen noch aus.

Insofern bildete der Champagnerkonsum das Bild der Weltwirtschaft ziemlich genau ab; im Unterschied etwa zu den Spirituosen und harten Alkoholen, deren Konsum bisweilen auch in Rezessionszeiten ansteigt – gerade weil Krise herrscht. Zudem zeigt der Konsum des Nobelsprudels, dass die Einkommensschere gerade in Schwellenländern weiter auseinanderklafft.

Und 2012? Die grossen Champagner-Konzerne wie LVMH – mit Marken wie Moët & Chandon, Krug, Dom Pérignon, Veuve Clicquot, Ruinard – rechnen mit einer Zunahme um zwei Prozent. Das dürfte sich auch den Neureichen in den aufstrebenden Märkten verdanken. Ansonsten sind die Champagner-Winzer eher skeptisch. Vor allem bei europäischen Stammkunden rechnen sie mit Einbrüchen. Die Champagnerlaune hält eben nie sehr lange an.